



MINISTERIO DE CULTURA

Acompañado por
El Ministerio de las Culturas,
las Artes y los Saberes



IRSCOM Colombia:

Ejercicio de las ciudadanías
en la radio comunitaria

En alianza con:



Operado por:



IRSCOM Colombia: ejercicio de las ciudadanías para la radio comunitaria

Patricia Elia Ariza Flórez

Ministra de Cultura

Jorge Ignacio Zorro Sánchez

Viceministro de Creatividad y la Economía Naranja

Adriana Molano Arenas

Viceministra (e) de Fomento Regional y patrimonio

Fernando Augusto Medina

Secretario General

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

Autores y autoras:

Julie Dayana Acevedo Martínez
Yulieth Aldana Orozco
Manuel Chaparro
Orley Reynaldo Durán Gutiérrez
Lara Espinar
María Fernanda Peña Sarmiento
Lidia Peralta García
Ivonne Pico Flórez
Melba Patricia Quijano Triana

Editora:

Melba Patricia Quijano Triana

Diseño y diagramación:

Yamileth Giraldo González

Material de distribución gratuita con fines didácticos, educativos y culturales. Queda estrictamente prohibida su reproducción total o parcial con ánimo de lucro por cualquier sistema o método electrónico, sin la autorización expresa para ello.

ISBN (Pendiente número)

Esta publicación fue realizada en el marco del proyecto piloto IRSCOM Colombia desarrollado por el área de Narrativas Sonoras de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos del Ministerio de Cultura en alianza con Proimágenes y operado por la Red Cooperativa de Medios de Comunicación Comunitarios de Santander – Resander. La distribución de este material es realizado gracias al apoyo del proyecto FES Colombia de la Fundación Friedrich-Ebert-Stiftung.

Bogotá, noviembre 2022

Contenido

	Introducción Medir el bien común en comunicación _____	05
	Una herramienta colaborativa para fortalecer a las radios comunitarias	09
	¡Buenas Ondas, Buenas Prácticas!	23
	Índice de rentabilidad social de las radios comunitarias (IRSCOM) en Colombia y Andalucía: dos contextos, dos encuentros, varias reflexiones	79
	¿Una radio para qué? Aprendizajes y reflexiones del aplicativo IRSCOM en las radios comunitarias _____	109

Presentación

Por muchos años nuestro Ministerio de Cultura hoy llamado Ministerio de las Artes, los Saberes y las Culturas, ha sido un aliado estratégico para las radios comunitarias del país, siendo partícipe en la creación de estrategias de formación, creación y circulación de contenidos culturales que las radios comunitarias han dispuesto a sus municipios; el país en su diversidad se puede escuchar en sus parrillas de programación y en sus formas particulares de hacer radio participante, vinculante y siempre comunitaria.

Como medio de comunicación, la radio sigue siendo el medio de mayor audiencia y cobertura en nuestro país por eso ha sido bien definida como ‘la mejor compañía’ especialmente la radio comunitaria que en muchos municipios de nuestro país es el único medio de comunicación. Son más de 25 años en que las radios comunitarias de Colombia nos han compartido sus diversos saberes en la producción sonora, en la creación de colectivos de comunicación, en la participación ciudadana por ello han sido referente de la comunicación comunitaria y del derecho a la comunicación.

Esta experiencia que tiene la radio comunitaria es la que impulsó a la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos a apoyar este proyecto piloto para el ajuste, aplicación y validación del Indicador de Rentabilidad Social de la Comunicación -IRSCOM que al término de su proceso, presenta este documento **IRSCOM Colombia: Ejercicio de las ciudadanías en la radio comunitaria**, como memoria del trabajo desarrollado en alianza con el Grupo de Investigación LabCOM Andalucía de la Universidad de Málaga (España), el equipo docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Minuto de Dios y el equipo de las redes de radios comunitarias de Aredmag en el Magdalena Medio y Resander en Santander.

La información que aquí se registra nos permite mirar en panorama y perspectiva el rol que desarrollan las emisoras comunitarias en el país, por ello este tipo de herramientas como el IRSCOM nos ayuda a identificar las debilidades, fortalezas y desafíos que tienen las radios comunitarias como medios de comunicación vinculado al sector cultural. El valor de estos instrumentos que brindan información técnica, está en la aplicabilidad que puedan tener en la implementación de una agenda de política pública cultural y proyectos para el fortalecimiento de la radio comunitaria del país, sin estandarizar el quehacer radiofónico en clave de transformación, reconocimiento y generación de entornos seguros.

Gracias a todas las personas vinculadas en el proyecto piloto, en especial a las emisoras comunitarias que participaron en la aplicación de este instrumento y a las redes de emisoras comunitarias que apropiaron este ejercicio como herramienta de planeación en sus acciones.

María Fernanda Céspedes Ruiz

Directora Dirección Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos

Introducción

Medir el bien común en comunicación

Manuel Chaparro

Director Grupo de Investigación LabCOMAndalucía, España

Seguramente nadie imagina un discurso que hable de la situación económica sin usar indicadores que se han convertido ya en parte de la narrativa de la gente. Si el IPC (Índice de Precios al Consumo) sube, todo el mundo sabe que afectará al poder adquisitivo y es negativo si los salarios no suben en igual proporción. Que el PIB (Producto Interior Bruto) de un país suba implica activar esa narrativa del capital de que la economía de un país es más rica, aunque lo normal es que no siempre se note en los bolsillos del común. Como decía Frei Betto, que haya diez gallinas no significa que si hay diez personas a cada una le toque una gallina, lo que suele ocurrir muchas veces es que una persona tenga nueve y el resto tenga que conformarse con una. El IDH (Índice de Desarrollo Humano) quiere reflejar el nivel de “desarrollo” de un país, su capacidad de crecimiento económico, aun sabiendo que su valor no refleja variables que vayan más allá de la capacidad de comprar bienes y servicios, sin reflejar las satisfacciones y la calidad real de la vida.

Entre las ciencias sociales la economía es la reina de los indicadores desde los más convencionales, como los citados anteriormente, a los más críticos como el índice GINI, creado por Conrado Gini (respeto de los Derechos Humanos y calidad de vida), el IPH (Índice de Pobreza Humana), el ISS (Índice de Salud Social), el BIP (Barómetro de las Inequidades y la Pobreza), el FIB (Índice de Felicidad Interna Bruta) ...el catálogo es amplio. Contrastar los resultados de estos indicadores nos ayudan a comprender la realidad desde diferentes prismas. Los indicadores, cuando están orientados a satisfacer el bien común, son reflejo de una realidad que trata de estudiarse con el objetivo de establecer un diagnóstico y poder intervenir desde políticas públicas.

En el área de conocimiento de la Comunicación los indicadores empiezan a ser utilizados pero su popularidad no alcanza ni mucho menos a los creados por la economía, cuando en realidad es la comunicación la que en sus

diferentes niveles divulga y hace común las narrativas que se popularizan, entre ellas los mantras económicos reflejados en los indicadores. Los procesos de información masiva generan la colonialidad que permite aceptar como irrefutables determinadas realidades cercanas a intereses minoritarios, algo habitual en las sociedades capitalistas alejadas de la búsqueda del bien común. Es decir, el impacto de la información provocada por los medios incide de manera palpable en los comportamientos y creencias, y normalmente de manera negativa cuando se dan situaciones de oligarquía y latifundismo mediático, medios concentrados en pocas manos y vinculados a intereses económicos especulativos, lo que implica agendas informativas sujetas a intereses privados.

Medir la incidencia de los medios en la sociedad es salud democrática, es salud social y mental. Los indicadores mediáticos deberían ser tan del dominio público como los económicos, deberían contribuir a que la ciudadanía conociera la calidad del medio de información que fideliza o sigue para facilitar un consumo crítico y tomar consciencia de los intereses que se pueden esconder en sus informaciones y contenidos. Si elijo comer un alimento no saludable o de poco aporte alimenticio que sea con conocimiento previo, los prospectos y etiquetados están en cualquier producto, ¿por qué no en los medios que tanta incidencia social tienen? En este sentido un buen gobierno debe enfocar su atención, que no su acción censora, a procurar regulaciones que hagan que los medios tengan contenidos saludables. Los indicadores mediáticos con etiquetajes para que la audiencia sepa las proteínas, vitaminas, aditivos y elementos tóxicos que puede contener tanto el producto que se ofrece como el medio que lo fabrica.

Los medios deben ser rentables socialmente y servir al buen gobierno y a la soberanía de una ciudadanía empoderada. La UNESCO ha venido impulsando los indicadores mediáticos para medir la calidad democrática de un país y sus medios públicos. El Media Pluralism Monitor, impulsado por la Comisión Europea, persigue radiografiar el comportamiento general del sistema de medios en cada país en lo que se refiere a la transparencia, independencia, grado de concentración, pluralidad y calidad de la información a través de paneles con personas expertas. La Ley 13/2022 General de la Comunicación Audiovisual Española, recoge por primera vez la necesidad de fundamentar decisiones sobre los medios en políticas públicas apoyadas en un Indicador de Rentabilidad Social por definir. Esta mención tiene un precedente previo reflejado en la Ley 10/2018 de Comunicación Audiovisual de Andalucía promovido por el Laboratorio de Comunicación y Cultura de la Universidad de Málaga (LabCOMandalucía), esta Ley recoge la definición trabajada por el grupo de investigación mencionado.

Los indicadores mediáticos se han convertido en una necesidad y una demanda social. En el caso del indicador promovido por el LabCOMandalucía, denominado Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM), se ha elaborado pensando en criterios básicos normativos y en el compromiso deontológico y ético de los medios audiovisuales ya sean públicos, comunitarios o privados comerciales y atendiendo a cualquier ámbito de cobertura. A diferencia de otros indicadores mediáticos IRSCOM es un indicador numérico, es decir, su valor se refleja en datos que permiten la comparación entre medios y tiene en cuenta realidades de los diferentes países.

Es un indicador numérico que va más allá de lo cuantitativo porque su interpretación responde a criterios cualitativos. Este indicador es aplicable a medios radiofónicos y televisivos.

El indicador aplicado a los medios públicos de proximidad o municipales en España, IRSCOM RPL y a medios comunitarios en Andalucía IRSCOM AC, ha permitido conocer sus debilidades y fortalezas. Los resultados pueden ser consultados en abierto en www.labcomandalucia.uma.es. Las emisoras pueden aprender a partir de conocer las buenas prácticas de otras emisoras, la ciudadanía puede conocer los puntos fuertes y débiles de su referencia de escucha y saber si son confiables, el gobierno puede intervenir con incentivos a los medios para provocar la mejora de sus indicadores.

Los medios comunitarios son esenciales en la construcción de ciudadanía, son medios de proximidad que facilitan el debate, la participación activa, contribuyen a la alfabetización audiovisual facilitando el acceso a la producción de contenidos, y al mismo tiempo la construcción de redes entre ellos que les permite intercambiar producciones y experiencias enriqueciendo su quehacer, desbordando lo próximo para hacerse más virales en su impacto global.

En lo que se refiere a los medios comunitarios en Colombia, investigación que nos ocupa en este libro para aplicar el indicador IRSCOM, se ha realizado un trabajo de adaptación de manera participativa y colaborativa entre responsables de emisoras y redes, el área de narrativas sonoras del Ministerio de Cultura y un equipo de investigadoras e investigadores de Colombia y Andalucía. Esta experiencia

refleja las particularidades locales sobre las que es necesario incidir desde políticas públicas. Lo más destacable es el amplio consenso de todas las personas participantes en la adaptación de la herramienta a las particularidades de las emisoras comunitarias de Colombia sin que se impida establecer comparaciones equiparables con la realidad de otros países.

Las catas realizadas para crear espejos, muestran, como primeros resultados, debilidades comunes que tienen que ver fundamentalmente con una financiación insuficiente que provoca déficits estructurales en cuanto al número de personas contratadas para realizar las abundantes tareas comprometidas, algo que afecta a la calidad programación. Estas fallas son denominadores comunes con los encontrados en España donde además se añade que ninguna emisora comunitaria posee una frecuencia de uso facilitada por la autoridad competente, la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual tanto en su texto de 2010 como en el renovado en 2022, (Ley 13/2022) reconoce el derecho de los medios comunitarios y los regula, pero no planifica las frecuencias que deben usar. Las radios comunitarias en España permanecen en el limbo de la ilegalidad y de una tolerancia democrática paternalista pendiente del castigo: “te dejo si te portas bien y no molestas”.

La legislación colombiana con el Tercer Sector resulta inspiradora en la diversidad de medios que pueden acceder a la licencia de emisión. Sin embargo, la situación de debilidad económica de los medios comunitarios, que les impiden ser competentes antes que competitivos, es común. A los medios del Tercer Sector

se le somete a una tarea a veces imposible de cumplir para asumir el importante rol social que se les asigna en una democracia: ser altavoz y expresión de las inquietudes sociales, culturales, educativas y económicas en su ámbito de cobertura. El indicador viene a contribuir a un conocimiento de la realidad mediática y a la propuesta de políticas correctoras de los déficits detectados.

La importante experiencia que aquí se presenta avalada por todas y todos los participantes, se propone que sea extensible a todas las emisoras de país, visto el buen resultado del trabajo realizado, será además de gran importancia en el propósito de hacerlo llegar a otros países del continente, también con ricas experiencias en la radiodifusión comunitaria. Un medidor de rentabilidad social común contribuirá a políticas públicas basadas en criterios objetivos y ayudará a fortalecer las redes regionales y continentales, tan importantes para compartir agendas informativas y producciones pensadas desde y para la ciudadanía.

Si la intención del poder legislativo es buscar el equilibrio entre el sector comunitario, el público y el privado comercial (Primer, Segundo y Tercer Sector), no bastará con un simple reparto equitativo del espectro, será necesario reglar las obligaciones y derechos de las diferentes emisoras. El cumplimiento normativo debe además reglar los mecanismos de financiación públicos, en el caso de los medios comunitarios a través de ayudas directas o mediante convocatorias públicas en fondos concursables. Deberá además tenerse en cuenta a los medios del Tercer Sector en la planificación y distribución de campañas de publicidad institucional. Estas medidas deben basarse en criterios objetivables, de ahí la importancia de un indicador de rentabilidad

que comprometa financiación a cambio de cumplimiento de objetivos.

El sometimiento de todos los medios al compromiso de responder positivamente a indicadores que midan su rentabilidad social, debe hacerse desde las obligaciones que conllevan el uso de un bien común como es el espacio radioeléctrico.



Una herramienta colaborativa para fortalecer a las radios comunitarias

Melba Quijano - Asesora Narrativas Sonoras Ministerio de Cultura, Colombia
Lidia Peralta - Investigadora LabCOM Andalucía, España

Históricamente Colombia ha sido referente en la praxis de la comunicación comunitaria, algo que ha derivado en teorías relevantes como la de los “medios ciudadanos”, donde las radios comunitarias han jugado un papel protagonista. Este concepto, de interés a la hora de comprender el rol que ejercen las emisoras comunitarias, ha sido dispuesto por Clemencia Rodríguez (2008), quien a su vez se basa en la redefinición de ciudadanía formulada por Mouffe, según la cual un “medio ciudadano es aquel que facilita procesos donde los individuos se transforman en ciudadanos”. Los medios ciudadanos abren espacios comunicativos a las personas, ofreciéndoles oportunidades para el manejo inicial de los lenguajes, los signos y los códigos, entre otros, hasta que poco a poco se nombra al mundo en términos propios. Esta apropiación de lo simbólico es el elemento fundamental para dar paso a la transformación de individuos en ciudadanos (2008, 12).¹

En Colombia existen más de 600 emisoras comunitarias distribuidas por todo el

territorio nacional. Se trata de radios locales caracterizadas por la baja potencia asignada que oscila entre 250 watios para las municipales e incluso de 15 watios para las de ciudad capital. Esta condición técnica les confiere una idiosincrasia muy diferente a las radios comerciales, que pueden llegar a tener hasta 100 Kilowatios de potencia y pueden crear una programación en cadena, especialmente en las franjas musicales e informativas, que les da el privilegio de una masificación de la audiencia.

En efecto, estas radios cumplen una función social fundamental, al facilitar la participación comunitaria, recrear otras formas de relacionamiento con sus públicos y crear contenidos locales que fortalecen el debate ciudadano, así como el reconocimiento de la pluralidad y la diversidad. Todo ello las posiciona en un lugar privilegiado como participantes del sector cultural, incidiendo de forma directa en el desarrollo local a través de sus parrillas y programaciones. El propio Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic) ha llevado a

¹ Rodríguez, Clemencia (Ed.) 2008. *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina y Friedrich Ebert Stiftung. Disponible en <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07330.pdf>

cabo la siguiente propuesta para caracterizar la programación que define a estos agentes de la radiodifusión sonora comunitaria:

La programación deberá estar orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica (Resolución 2614 del 2022)².

Independientemente de la naturaleza de las emisoras, resulta interesante que el sector sonoro cuente con herramientas de medición o indicadores, capaces de devolver información al medio, y también a la ciudadanía y a las administraciones públicas, sobre sus dinámicas internas. En el caso de las radios comerciales, en Colombia se aplica el Estudio Continuo de Audiencia Radial – (ECAR), encaminado a medir la audiencia cautiva de las emisoras en número de oyentes. Este tipo de indicador, limitado al dato cuantitativo, no sería de utilidad en el caso de las emisoras comunitarias, ya que la baja asignación de potencia hace compleja la labor de ser “evaluadas” por número de audiencia. Por el contrario, se requiere una herramienta

capaz de medir y poner en valor las funciones sociales de este tipo de medios comunitarios, proporcionando no solo información cuantitativa sino también cualitativa y dando cuenta de la incidencia social que desarrollan estas emisoras.

En este contexto, el Ministerio de Cultura junto con algunas academias de comunicación social del país y el sector radiofónico comunitario representado en algunas emisoras y redes de radios comunitarias, conformó desde mediados del 2021 un espacio de encuentro virtual denominado Alianza Sonora para gestar alianzas y revisar conjuntamente la formulación de acciones para el fortalecimiento del sector radiofónico comunitario en Colombia.

Desde este marco de acción surgió la oportunidad de conversar con la red de emisoras comunitarias y municipales de Andalucía (EMARTV)³ en España, quienes nos compartieron la experiencia de aplicación e implementación de un Indicador de Rentabilidad Social para sus medios ciudadanos, conociendo los resultados obtenidos y los aportes que este proceso ha generado a la red de emisoras.

Así nos ampliamos en esta alianza con el Grupo de Investigación Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía de la Universidad de Málaga (España), quienes en el año 2012 crean el Indicador de Rentabilidad Social de la Comunicación – IRSCOM.⁴ El IRSCOM es una herramienta de expresión

² La resolución 2614 del 26 de julio de 2022 derogó la resolución 415 del 2010 y creó otras disposiciones para la reglamentación del servicio público de radiodifusión sonora. Para su consulta ver: https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/resolucion_mintic_2614_2022.htm

³ <https://www.emartv.es/>

⁴ <https://comandalucia.com/irscom/>

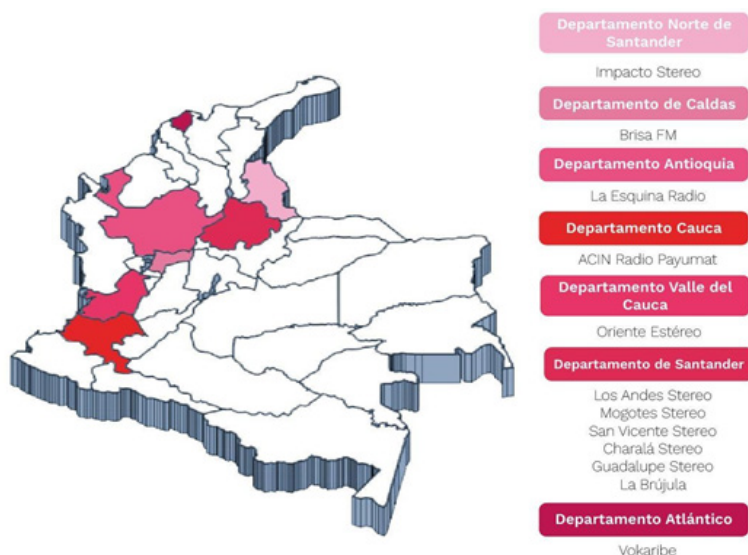
numérica que evalúa la rentabilidad social de los medios, representada en seis categorías (gestión, capital social, articulación territorial, programación, presencia en Internet e infraestructura). El IRSCOM se ha aplicado en medios de comunicación de carácter público y privado, tanto en España como en Francia. Cuenta con una marca registrada y un sello de calidad reconocido en Europa.

Ante la conveniencia de adoptar una herramienta con estas características para el sector de las emisoras comunitarias en Colombia, el IRSCOM requería ser ajustado al contexto colombiano, atendiendo las condiciones técnicas, legales y organizativas particulares de cada tipo de radio (comunitaria de ciudad capital, comunitaria municipal y comunitaria con enfoque poblacional) y a las regiones del país. Para ello se hicieron sesiones de trabajo virtual con el equipo investigativo del LABCOMandalucía y el equipo docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Uniminuto (Bogotá), acompañante del proceso investigativo.

En paralelo, se puso en marcha el proyecto piloto IRSCOM-Colombia, desarrollado en alianza con Proimágenes y operado por la Red Cooperativa de Medios de Comunicación Comunitarios de Santander (Resander), el cual se propuso en la necesidad de aplicar el instrumento para su ajuste, validación y obtención de resultados.

Como propuesta de investigación-acción, era clave tener la participación voluntaria de un grupo representativo de emisoras comunitarias reconocidas en sus 'buenas prácticas' para que con ellas pudiéramos deconstruir las variables asignadas a cada categoría del IRSCOM y revisar su peso cuantitativo; así nos propusimos desarrollar en el mes de mayo del 2022 el 'Encuentro de radios y rentabilidad' en la ciudad de Bucaramanga, al que asistieron un grupo representativo de emisoras comunitarias del país y una radio indígena (emisora de interés público) con quienes se aplicó el instrumento, tal y como se muestra en el Gráfico 1.

Gráfico 1: Emisoras presentes en el encuentro de radios y rentabilidad realizado en Bucaramanga (mayo 2022)



Fuente: elaboración propia

Con el indicador puesto a prueba, se reconoció la viabilidad de esta herramienta desde dos perspectivas. Por un lado, los datos cuantitativos permitieron hacer comparaciones y lecturas rápidas sobre los resultados que obtuvieron las emisoras; por otro, los datos cualitativos, permitieron reconocer y complementar la explicación de los resultados. Precisamente, en el capítulo dos se analizan los resultados obtenidos en la aplicación del IRSCOM a las doce emisoras participantes del encuentro de Bucaramanga, los resultados obtenidos por la aplicación del IRSCOM en este pilotaje realizado con las 12 emisoras participantes del encuentro de Bucaramanga, destacando las buenas prácticas. Por su parte, el capítulo tres expone un análisis comparativo entre los resultados de esta aplicación piloto realizada aquí en Colombia y los resultados de la aplicación del instrumento con algunas emisoras comunitarias de España.

En esta primera fase del pilotaje se obtuvo el respaldo de 4 redes de radios comunitarias del país (Asocmecom, Aredmag, Resander y Radar)⁵ quienes reconocieron la pertinencia del instrumento como referente cuantitativo para evaluar la incidencia o responsabilidad que tienen como radios comunitarias. Aunque los resultados de validación obtenidos en este pilotaje fueron positivos, el instrumento necesitaba una prueba alterna: disponerse en el territorio en donde las emisoras comunitarias permitieran su aplicación, al tiempo que se conversara con las fuentes documentales de verificación.

Bajo este propósito, la Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio (Aredmag), en el marco del proyecto “En Comunidad” que desarrollan con la empresa ISAGEN, aplicaron insitu la herramienta con ocho emisoras comunitarias de departamento de Santander, Caldas y Antioquia. Esta aplicación llevada a cada municipio de las emisoras participantes, promovió otros espacios de reflexión entre el grupo de investigación que permitió abrir el debate sobre el valor del dato y la pertinencia de algunas variables conforme a las categorías, revisar el tipo de documento vinculado a las fuentes de verificación e incluso las formas de aplicar el instrumento.

Para desarrollar esta aplicación, se necesitaron varias horas de conversación con el equipo de Aredmag, revisar el instrumento y crear escenarios de socialización con las emisoras participantes, entre otras actividades. Todo ello fue recogido en una guía de aplicación (ver gráfico 2) que, a manera de infografía, permitió desarrollar el paso a paso de la aplicación del IRSCOM sobre el terreno. Los aprendizajes y reflexiones que deja esta aplicación son abordados en el cuarto capítulo de este documento, desarrollado precisamente por el equipo de Aredmag; no obstante, en general, los aportes que deja esta aplicación son los siguientes:

- Es necesario aplicar el instrumento revisando conjuntamente con el equipo de la emisora las diversas fuentes de verificación sugeridas, lo cual ayuda a reconocer la relevancia de la gestión documental para la emisora.

⁵ Alternó a las emisoras participantes, al Encuentro de radios y rentabilidad se invitó un delegado de cada una de las cuatro redes: Asociación red de emisoras comunitarias del Magdalena medio (Aredmag), Asociación medios comunitarios ciudadanos de Caldas (Asocmecom), Red cooperativa de medios comunitarios de Santander (Resander) y Red de emisoras de Norte de Santander (Radar).



TIPS PARA proceso de aplicación IRSCOM COLOMBIA

Antes de proceder a la aplicación del formulario recomendamos tener en cuenta estas orientaciones que tienen como objetivo contribuir a la claridad de la información obtenida durante la aplicación del Índice, lo cual permitirá al equipo investigador una mejor comprensión de la experiencia radial que está siendo abordada desde el IRSCOM.

Antes de comenzar:

-  1 Recuerde contar con **grabadora y baterías** para grabar la sesión.
-  2 Explíquelo a la persona entrevistada cuál es el **sentido de aplicar el IRSCOM a la radio y por qué la red está siendo participe a nivel nacional de esta experiencia**. Tener el panorama completo contribuirá a que la persona haga una mejor comprensión de este ejercicio y su presencia en él.
-  3 **Cerciórese de que estén a la mano los documentos** que se irán revisando mientras se diligencia el formulario:
 - a. Manual de Estilo
 - b. Último informe de la Junta de Programación, incluida la planilla de participantes.
 - c. Parrilla de programación.
-  4 **Solicítele la aprobación de uso de la grabadora** y cuénteles cuáles son los fines de dicho audio.

Durante la aplicación del instrumento:

-  1 **Pídale a la persona entrevistada que se presente** (nombre, cargo que ocupa en la emisora, historia de fundación de la radio, mayor logro y dificultad superada). Acerque la grabadora estimando que la distancia del aparato no le incomode o le impida responder de manera natural. Si nota que habla muy bajo, pídale que eleve un poco el tono o exprese su interés de acercarse un poco más el aparato.
-  2 **Escuche atentamente cada una de las respuestas** y una vez termine, intervenga con una contra pregunta para profundizar 'en algo que no hay quedado lo suficientemente claro' (si es el caso). Permita esos 'pequeños respiros' en la conversación y así en la grabación se escucharán ambos. Esté muy atento al relato y retome rápidamente el hilo de la conversación y el diligenciamiento del formato cuando considere que se están yendo entre anécdotas u opiniones (de seguro todas muy interesantes), que no contribuirán en mayor o menor medida a los fines de la investigación del IRSCOM.
-  3 **Diligencie el formulario con letra legible**. Tome las notas que se requieran, pensando en que serán leídas no sólo por usted sino también por el equipo investigador. El formulario (que será escaneado) es parte fundamental del trabajo de campo y del soporte documental con el cual se ponderará la calificación en cada categoría.
-  4 De ser posible, **recoja también alguna muestra visual** (fotografías o pequeños videos) de este momento de la aplicación. Servirá como respaldo y/o soporte del proceso.

Posterior a la aplicación del instrumento:

-  1 **Tome algunas fotografías de la emisora**, pensando en las categorías del IRSCOM como, por ejemplo, el espacio físico, áreas sociales, cabina o cabinas de grabación y emisión, personal presente y también la fachada de la radio. Incluso, de ser posible, registre algunos referentes visuales del municipio.
-  2 **Organice los soportes documentales** reseñados arriba, escanee el formulario e incluya el audio de la grabación, fotografías y/o videos que haya podido recoger también. El equipo de Resander suministrará la ruta de dónde debe alojarse este material.
-  3 Después de diligenciar el formulario y organizada la información documental, **realice una reseña de la radio** (no mayor a dos páginas) donde incluya: historia de creación de la radio, su mayor logro y dificultad y lo más importante: dónde considera que está el factor destacable o valor agregado de dicha radio, según las categorías del IRSCOM. Este documento interno de trabajo, dará orientaciones al equipo investigador no sólo para la ponderación de las categorías, sino para considerar eventualmente alguna de ellas, como casos ejemplares para destacar en el universo de emisoras que están participando en la implementación del IRSCOM.

Apoyan:

COMandalucía
Universidad de Málaga**UNIMINUTO**
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

Organiza:

ResAndor

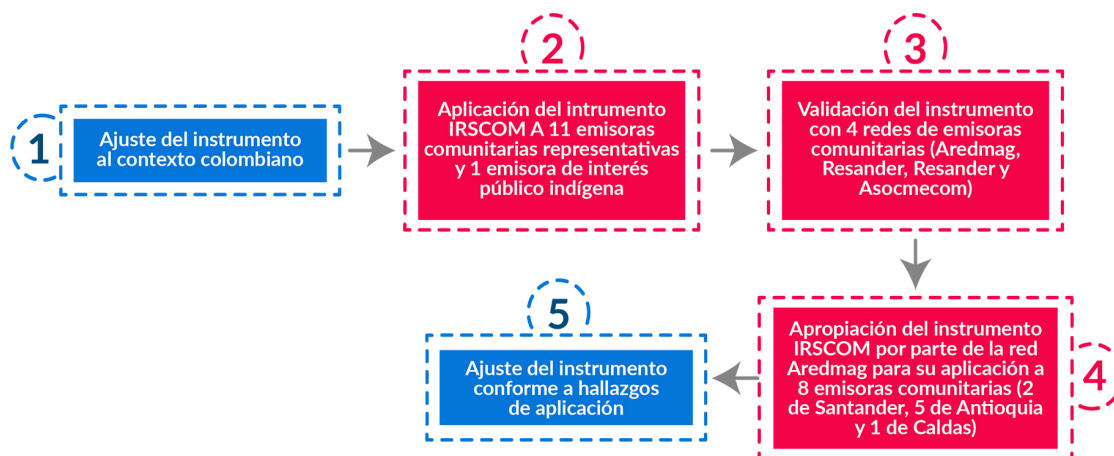
- El documento de parrillas de programación que tienen las emisoras es en su mayoría, un documento obsoleto que, aunque resulta funcional a los requerimientos que solicita el MinTic, necesita un cambio de forma que exponga información relevante al tipo de programa, quiénes lo crean, al sentido del mismo, en general, que presente las características de los programas o franjas.
- El registro fotográfico que acompaña el desarrollo de la aplicación insitu, además de evidencia es un elemento de contexto que ayuda a comprender mejor las condiciones locativas de cada emisora y su relación con el municipio.
- El instrumento representa una mirada situacional del ejercicio que desarrolla en lo local cada radio, por tanto, durante su aplicación, las preguntas del formulario van promoviendo la autoreflexión que

técnica útil a la formulación de planes de mejoramiento que orientan mejoras para cada emisora.

- La categoría de programación sugiere rutas para poner a prueba qué tan diversa, incluyente, vinculante e implicativa en términos locales está la radio; los ajustes realizados luego de la aplicación insitu que desarrollara Aredmag, fueron igualmente reveladores sobre la comprensión de los que las radios comunitarias están asumiendo en cuanto producción de contenidos informativos locales, por ello es interesante destacar que tanto los formatos largos como los formatos cortos, fueron incluidos en el indicador, sobre la tipología de programas que emite la emisora.

Como se muestra en el gráfico 3, el desarrollo que ha tenido la herramienta

Gráfico Gráfico 3. Itinerario del IRSCOM en su adaptación al sector sonoro comunitario en Colombia



Fuente: elaboración propia

al término de la aplicación y a la luz de los resultados, se convierte en una herramienta que genera información

IRSCOM en Colombia para su apropiación, ajuste y validación evidencian un recorrido riguroso de escucha, análisis y debates que

permitió durante casi diez meses la creación de un trabajo colaborativo surgido entre el Grupo de Investigación LabCOMAndalucía, el equipo docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Uniminuto, delegados de las redes de radios comunitarias y el Ministerio de Cultura. El resultado de este proceso por ahora, es la disposición de una herramienta tipo cuestionario que ha sido reconocida por algunas redes de radios comunitarias como necesaria, pues de lograrse aplicar a una muestra representativa de las radios comunitarias del país, el sector tendría una información actualizada sobre las dinámicas del sector, ya que el último

diagnóstico de radiodifusión sonora se hizo en el 2002 (patrocinado por el Ministerio de Comunicaciones, hoy MinTic) pero éste fue sólo de carácter cualitativo.

Aunque en el capítulo 3 se expone cada categoría del IRSCOM en relación a sus variables, presentamos aquí la estructura general del instrumento, destacando los cambios realizados desde su versión original en la aplicación realizada en el 2019 a emisoras de Andalucía hasta los ajustes asumidos luego de la aplicación que ha realizado Aredmag, como se recoge en las siguientes tablas.

Tabla 1: Adaptaciones del IRSCOM original al IRSCOM-Colombia.
Categoría Gestión y Transparencia
Matriz: LABCOMandalucía

IRSCOM V.1 (Aplicado en Andalucía, 2019)	IRSCOM V.2 (Aplicado Encuentro - Bucaramanga, mayo 2022)	IRSCOM V.3 (Herramienta actual - ajustes sugeridos luego aplicación Aredmag)	NOTAS
CATEGORÍA 1: GESTIÓN Y TRANSPARENCIA Máx.25p./Mín.15			
1.- Estatutos Sí = 8p.	1.- ¿Cuenta con manual de estilo público y accesible? Sí = 7p. No = 0p.	=	Cambios en la denominación Puntuación reducida 1 punto
2.- Memoria publicada Sí = 9p.	2.- ¿Existe informe anual de actividades y cuentas público y accesible? Sí = 7p. No = 0p.	=	Cambios en la denominación Puntuación reducida 2 puntos
3.- Consejo asesor Sí = 3p.	3.- ¿Tienen junta de programación vigente con participación ciudadana? ¿Cuántas personas la integran? No tiene = 0p. Sí, 1 a 3 personas = 1p. Sí, 4 a 6 personas = 2p. Sí, 7 a 9 personas = 3p. Sí 10 o más personas = 4p. PLUS DIVERSIDAD al menos 2 colectivos diferentes = +1 PLUS DIVERSIDAD al menos 3 colectivos diferentes = +2	3.- ¿Tienen junta de programación vigente con participación ciudadana? ¿Cuántos sectores sociales la integran? No tiene = 0p. Sí, 1 a 3 sectores = 1p. Sí, 4 a 6 sectores = 2p. Sí, 7 a 9 sectores = 3p. Sí 10 o más sectores = 4p. PLUS DIVERSIDAD al menos 2 sectores diferentes = +1 PLUS DIVERSIDAD al menos 3 sectores diferentes = +2	Cambios en la denominación; Puntuación aumentada: de 3 puntos en la V1 ha pasado a contar con 6 puntos (+3 puntos), detraídos de los campos 1 y 2 Agregado un plus de diversidad en doble grado Se cambió en segunda revisión: personas por sectores sociales
5.- Mecanismos de incentivos para la participación ciudadana Sí = 2p.	5.- ¿Se alienta a la ciudadanía a que participe y se involucre en la radio a través del teléfono, las ondas, las redes y otros medios? Sí = 2p. No = 0p.	=	

Tabla 2: Adaptaciones del IRSCOM original al IRSCOM-Colombia.
Categoría Capital Social
Matriz: LABCOMandalucía

IRSCOM V.1 (Aplicado en Andalucía, 2019)	IRSCOM V.2 (Aplicado Encuentro - Bucaramanga, mayo 2022)	IRSCOM V.3 (Herramienta actual - ajustes sugeridos luego aplicación Aredmag)	NOTAS
CATEGORÍA 2: CAPITAL SOCIAL Máx.26p./Mín.15			
6.- Personas contratadas 1 persona = 1p. Más de 1 persona = 2p.	6.- ¿Tienen personas vinculadas formalmente a través de contrato laboral o contrato de prestación de servicios? ¿Cuántas? Ninguna = 0p. 1 persona = 1p. 2 o más personas = 2p. PLUS DIVERSIDAD = +1	=	El ítem pasa a valer 3 puntos (+1) Se incluye plus de diversidad por paridad de género e/o inclusión de minorías
7.- Número de mujeres contratadas	xxx	xxx	Este ítem queda eliminado y pasa a incorporarse de manera transversal en varios ítems en forma de "plus de diversidad"
8.- Miembros/socios asociación 5 a 10 = 1p. 11 a 20 = 3p. 21 a 50 = 5p. Más de 50 = 6p.	9.- ¿Cuántas personas de la comunidad participan como aliadas o amigas de la radio? Ninguna = 0p. 1 a 10 = 1p. 11 a 20 = 2p. 21 a 50 = 3p. 51 o más = 4p.	=	Cambios en la denominación Cambios en la puntuación: valor -2
9.- Personas voluntarias diarias participando en la gestión 2 a 4 = 2p. 4 = 4p.	7.- ¿Hay personas voluntarias que participen diariamente en la gestión? ¿Cuántas? Ninguna = 0p. 1 persona = 1p. 2 a 4 personas = 2p. 5 o más = 3p. PLUS DIVERSIDAD = +1	7.- ¿Hay personas voluntarias que participen diaria u ocasionalmente en la gestión? ¿Cuántas? Ninguna = 0p. 1 persona = 1p. 2 a 4 personas = 2p. 0. o más = 3p. PLUS DIVERSIDAD = +1	Añadido un plus de diversidad por paridad de género y/o inclusión minorías Se añade el "ocasionalmente"
10.- Responsables de dinamización y formación 1 persona = 3p. Más de 1 persona = 4p.	8.- ¿Hay personas delegadas para los procesos formativos, de animación y participación en la emisora? Ninguna = 0p. 1 persona = 2p. 2 o más personas = 3p. PLUS DIVERSIDAD = +1	=	
11.- Colectivos 1 colectivo = 1p. 2 o 3 colectivos = 2p. 4 a 6 colectivos = 3p. Más de 6 colectivos = 4p	10.- ¿Cuántos colectivos colaboran con la emisora de radio haciendo programas? Ninguno = 0p. 1 colectivo = 1p. 2 a 3 colectivos = 2p. 4 a 6 colectivos = 3p. 7 o más = 4p.	=	
12.- Personal contratado con discapacidad Sí = 1p.	xxx	xxx	Este ítem queda eliminado y pasa a incorporarse de manera transversal en varios ítems en forma de "plus de diversidad"
13.-Talleres o cursos 1 = 1p. Más de 1 = 3p.	12.- ¿Cuenta con espacios formativos para la ciudadanía (talleres o cursos)? ¿Cuántos? Ninguno = 0p. 1 al año = 2p. 2 o más/año = 3p.	=	Modificaciones en las horquillas
xxx	11.- ¿Cuántas personas colaboran a título individual en la emisora haciendo programas? 0 a 1 = 0p. 2 a 3 = 1p. 4 a 6 = 2p. 7 o más = 3p. PLUS DIVERSIDAD = +1	=	Ítem agregado a este capítulo. En el IRSCOM V1 estaba integrado en el capítulo de "Programación"

Tabla 3: Adaptaciones del IRSCOM original al IRSCOM-Colombia.
Categoría Articulación territorial y ciudadana
Matriz: LABCOMandalucía

IRSCOM V.1 (Aplicado en Andalucía, 2019)	IRSCOM V.2 (Aplicado Encuentro - Bucaramanga, mayo 2022)	IRSCOM V.3 (Herramienta actual - ajustes sugeridos luego aplicación Aredmag)	NOTAS
CATEGORÍA 3: ARTICULACIÓN TERRITORIAL Y CIUDADANA (añadido) Máx.10p./Mín.6			
14.- Participación en red o asociación del sector Sí = 5p.	13.- ¿Participa la emisora activamente en alguna red de radios? Nombres, si no pertenece a ninguna no escriba nada (local/regional/nacional/internacional) Ninguna = 0p. 1 red = 1p. 2 redes = 2p. 3 redes = 3p. 4 redes = 4p. PLUS DIV. TERRITORIAL = +1	=	Incluido plus de diversidad territorial si al menos una de las redes a las que pertenece la emisora es de ámbito nacional o internacional (proyección)
15.- Número de redes/ámbito de actuación 1 = 1p. Más de 1 = 2p.	xxx	xxx	Ítem eliminado Pasa a formar parte del 13
16.- Participación activa Sí = 2p.	14.- ¿Qué tipo de beneficios desarrolla en dicha red (intercambio de programas, formación, representatividad del sector, pauta publicitaria, ninguna...)? Marque una o varias. Ninguna = 0p. Sólo publicidad = 0p. Una o más = 2p.	=	Se han afinado las horquillas
17.- Actividades no radiofónicas Sí = 1p.	15.- ¿Participa la emisora activamente con alguna red, colectivo o asociación ciudadana? Sí = 1p. No = 0p.	=	Se ha establecido un ítem que hace referencia a la articulación ciudadana con un valor similar al ítem de "actividades no radiofónicas" de la V1
xxx	16.- ¿Participa o se articulan con otros pares mediáticos de la zona? Sí = 1p. No = 0p.	=	Ítem agregado
xxx	17.- ¿Organiza la emisora actividades o eventos de carácter social? Sí = 1p. No = 0p.	=	Ítem agregado

Tabla 4: Adaptaciones del IRSCOM original al IRSCOM-Colombia.
Categoría Programación
Matriz: LABCOMandalucía

IRSCOM V.1 (Aplicado en Andalucía, 2019)	IRSCOM V.2 (Aplicado Encuentro - Bucaramanga, mayo 2022)	IRSCOM V.3 (Herramienta actual – ajustes sugeridos luego aplicación Aredmag)	NOTAS
CATEGORÍA 4: PROGRAMACIÓN Máx.40./Mín.26			
18.- Informativo local Sí = 4p.	18.- ¿Realizan informativo local? Diario = 5p. Semanal = 3p. Ocasional = 1p. No se realiza = 0p.	=	Cambios en las horquillas Cambios en el valor: ahora vale 5 puntos (+1p.)
19.- Programas realizados por personas colaboradoras o socias 1 programa = 1p. 2 a 3 programas = 2p. 4 a 6 programas = 5p. Más de 6 programas = 7p.	xxx	xxx	Ítem eliminado: era reincidente con el ítem 10 (V2) del capítulo de "Capital Social"
20.- Programas realizados por colectivos 1 programa = 1p. 2 programas = 2p. 3 programas = 3p. 4 programas = 5p. Más de 5 programas = 7p.	xxx	xxx	Ítem eliminado: era reincidente con el ítem 11 (V2) del capítulo de "Capital Social"
21.- Contenido local Sí = 4p.	19.- ¿Cuántas horas de contenido local tienen a la semana (incluyendo informativo local)? Ninguna = 0p. 1 a 3 = 1p. 4 a 7 = 3p. 8 o más = 5p.	19.- ¿Cuántas horas de contenido local tienen a la semana (incluyendo informativo local)? 0 a 5 = 0p. 6 a 8 = 1p. 9 a 12 = 2p. 13 a 15 = 3p. 16 a 19 = 4p. 20 o más = 5p.	Cambios en las horquillas: se fueron adaptando a lo detectado en el entorno real Aumenta su peso en la baremación IRSCOM (+1 punto)
22.- Tipología de contenidos 0 a 3 = 0p. 3 a 4 = 3p. 5 a 6 = 7p.	20.- Tipología de programas que emite la emisora. Indicar nombres. 0 a 1 temáticas = 0p. 2 a 4 temáticas = 3p. 5 a 7 temáticas = 5p. 8 o más temáticas = 7p.	20.- Tipología de programas (P) y formatos cortos (FC) que emite la emisora. Indicar nombres. 0 a 4 temáticas en FC= 0p. 5 a 7 temáticas en FC= 1 p. 8 o más temáticas en FC= 2p. 0 a 4 temáticas en P= 0p. 5 temáticas en P= 1 p. 6 temáticas en P= 2p. 7 temáticas en P= 3p. 8 temáticas en P= 4p. 9 o más temáticas en P= 5p.	Inclusión de los formatos cortos además de los programas
23.- Música no comercial Sí = 3p.	21.- ¿Tienen programas dedicados a música no comercial? Sí = 3p. No = 0p.	=	
24.- Programas aportados y tomados en red Sí aporta = 3p. Sí toma = 3p.	22.- ¿Emite su emisora programas procedentes de alguna red radiofónica? ¿Aporta su emisora programas propios a alguna red radiofónica? Sí aporta = 3p. No aporta = 0p. Sí toma = 3p. No toma = 0p.	=	
25.- Radio en la calle Sí = 2p.	23.- ¿Realizan radio en la calle? Sí = 3p. No = 0p.	=	Aumenta su peso en la baremación IRSCOM (+1 punto)
xxx	24.- ¿Hay contenidos en lenguas originales o autóctonas? Sí = 3p. No = 0p.	=	Nuevo ítem
25.- Radio en la calle Sí = 2p.	25.- ¿Tiene su emisora programas dedicados a enfoques diferenciales (...)? En caso de respuesta afirmativa, seleccione los enfoques representados en su programación: (...) Sí = 5p. No = 0p. PLUS DIVERSIDAD 1 colectivo = +1 PLUS DIVERSIDAD 2 colectivos = +2 PLUS DIVERSIDAD 3 o + colectivos = +3	=	Nuevo ítem

Tabla 5: Adaptaciones del IRSCOM original al IRSCOM-Colombia.
Categoría Presencia y Actividad en Internet
Matriz: LABCOMandalucía

IRSCOM V.1 (Aplicado en Andalucía, 2019)	IRSCOM V.2 (Aplicado Encuentro - Bucaramanga, mayo 2022)	IRSCOM V.3 (Herramienta actual – ajustes sugeridos luego aplicación Aredmag)	NOTAS
CATEGORÍA 5: PRESENCIA (ACTIVIDAD) EN INTERNET Máx.7./Mín.5			
26.- Web actualizada Sí = 3p.	26.- ¿Tiene la emisora página web o blog actualizados? Sí = 3p. No = 0p.	=	
27.- Redes online actualizadas 1 red = 1p. Más de 1 red = 2p.	27.- ¿Cuenta la emisora con redes sociales virtuales activas (...)? Ninguna = 0p. Al menos 1 = 1p. 2 o más = 2p.	=	
28.- Emisión online Sí = 1p.	28.- ¿Realizan emisiones online en directo vía Internet (streaming)? Sí = 1p. No = 0p.	=	
29.- Podcast Sí = 1p.	29.- ¿Cuelgan podcast (programas a la carta) en Internet? Sí = 1p. No = 0p.	=	

Tabla 6: Adaptaciones del IRSCOM original al IRSCOM-Colombia.
Categoría Infraestructura
Matriz: LABCOMandaluciacía

IRSCOM V.1 (Aplicado en Andalucía, 2019)	IRSCOM V.2 (Aplicado Encuentro - Bucaramanga, mayo 2022)	IRSCOM V.3 (Herramienta actual – ajustes sugeridos luego aplicación Aredmag)	NOTAS
CATEGORÍA 6: INFRAESTRUCTURA Máx.12./Mín.7			
30.- Medios técnicos Muy deficientes = 0p. Insuficientes = 1p. Suficientes = 4p.	30.- Califique el equipamiento técnico con el que cuenta la emisora Muy deficiente = 0p. Deficiente = 1p. Básico = 3p. Completo = 4p.	=	
31.- Estudios 1 = 0p. Más de uno = 3p.	31.- Número de estudios con los que cuenta la emisora 0 a 1 = 0p. 2 o más = 3p.	=	
32.- Redacción 1 = 3p.	32.- ¿Tiene sala de producción? Sí = 3p. No = 0p.	=	Cambios en la denominación
33.- aulas 1 = 2p.	33.- ¿Cuenta con áreas o salas para reuniones, actividades o formación? Sí = 2p. No = 0p.	=	

La utilidad práctica del IRSCOM es diversa y por ello, a manera de conclusión, exponemos aquí algunas reflexiones generales que, a manera de hallazgos, nos deja este proceso piloto de apropiación, aplicación y validación del indicador:

1. Es una herramienta que sirve para mostrar a través de unas validaciones cualitativas de una serie de rankins de cómo está la radio, cómo se posiciona o se sitúa en función de las categorías (gestión, capital social, articulación territorial, programación, presencia en Internet e infraestructura).
2. El indicador devuelve a las radios información sobre el hacer de sus prácticas como medio y como organización.
3. Promueve la mirada autocrítica de los procesos comunitarios de la radio, Refleja el funcionamiento interno y las dinámicas de las emisoras en relación a sus objetivos; así mismo, pone de manifiesto las debilidades y fortalezas de la radio en relación a las categorías, por tanto, indica caminos de mejora.
4. Desde la perspectiva del concepto de rentabilidad social, la herramienta permite encontrar evidencias de esa 'misionalidad' que tienen las radios comunitarias como participantes del sector cultural; de cómo una emisora a partir de la buena ejecución de sus funciones sociales (por ejemplo la rendición de cuentas, la articulación con el territorio, la participación comunitaria, etc) puede llegar a este concepto de sostenibilidad integral que aborda Alfonso Gumucio-Dagron (2005) cuando relaciona a la sostenibilidad como un 'arte de equilibrista' en la cual no existe una fórmula mágica para garantizar la sostenibilidad de

los medios de comunicación comunitarios, por ello propone tres componentes (social, institucional y económico) como elementos determinantes de esa sostenibilidad integral que orienta la sobrevivencia y desarrollo del medio, pues "los procesos participativos que comprometen a las comunidades y contribuyen a fortalecer la organización local, tienen mejores perspectivas de sostenibilidad que aquellos proyectos institucionales que dosifican el acceso y la participación" (2005, 18)⁶.

5. El indicador pone en evidencia 'buenas prácticas' del hacer de las emisoras conforme a la categoría, lo cual permite identificar referentes conceptuales y metodológicos para orientar a otras emisoras e incluso a las mismas redes de radios comunitarias, rutas de acción para la creación de planes de mejoramiento, rutas de acompañamiento o tutorías de emisoras de 'buenas prácticas' con otras
6. Al Ministerio de Cultura, esta herramienta permitiría:
 - La aplicación del IRSCOM permite evidenciar el estado de una radio en cuanto a su incidencia social (rentabilidad social) en su municipio y ofrece información actual para la evidencia 'diagnóstico' de cada emisora, proyectando planes de mejoramiento del sector, especialmente en las áreas de interés del Ministerio como cualificación de la producción de contenidos culturales, promoción de la participación ciudadana y apropiación de enfoques diferenciales (categorías de programación, articulación territorial y capital social).

⁶ Gumucio-Dagron, Alfonso (2005) Arte de equilibrista: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Punto Cero. Universidad Católica Boliviana. Disponible en: <https://www.redalyc.org/comocitar/oa?id=421839599002>

- El dato cuantitativo y cualitativo que brinda el IRSCOM es información técnica que aportaría en la actualización de los datos de las radios comunitarias, permitiendo así la formulación de planes de mejoramiento, la creación de políticas públicas para el sector e incluso orientaría los ajustes y contextualización necesaria para la oferta de becas al sector sonoro desde el portafolio de Estímulos.
 - Como instrumento internacional, sirve de referente para destacar el caso Colombia y proyectar alianzas internacionales para el escenario latinoamericano.
 - Consolida un referente de acción expandible a las emisoras universitarias y de interés público, en especial radios indígenas.
7. A la academia, el IRSCOM aportaría:
- Generar una estrategia de gestión de conocimiento en diálogo de saberes con emisoras y redes que permita la

aplicación ampliada del IRSCOM y establecer seguimiento a la formulación de planes de mejoramiento.

- Generar data actualizada sobre la labor que desarrolla las radios comunitarias, sus desafíos, debilidades y fortalezas de acuerdo a las categorías del IRSCOM.
- Crear referentes de análisis locales, regionales y nacionales para orientar estudios comparativos que ayuden a posicionar la labor que desarrollan las radios comunitarias de Colombia.

A la luz de las reflexiones que nos deja el proyecto piloto del IRSCOM para Colombia, destacamos el carácter colaborativo que acompañó todo el proceso de apropiación, aplicación y validación; el Indicador de Rentabilidad Social es un instrumento vivo, flexible, práctico y de fácil aplicación que lo convierte en sí es un ejercicio de las ciudadanías en la radio comunitaria de Colombia.



Equipo de Investigación





¡Buenas Ondas, Buenas Prácticas!

Ivonne Janeth Pico Flórez
Red de Medios Comunitarios de Comunicación de Santander

Este capítulo de ¡Buenas Ondas, Buenas Prácticas! muestra cómo las emisoras seleccionadas se destacan en las categorías propuestas gracias a que sus puntajes dan cumplimiento a los indicadores y así, en su resultado general, están muy cerca de alcanzar una Rentabilidad Social de la Comunicación desde el ejercicio de la radio comunitaria. El capítulo está sustentado en los relatos, acentos y reflexiones que fueron recogidos con las y los participantes durante el “Encuentro Taller: Índice de Rentabilidad Social de la Comunicación – Colombia”, realizado en mayo de este año los días 9, 10 y 11 en la ciudad de Bucaramanga y en cada categoría se han seleccionado hasta tres emisoras. Así fueron organizadas:

Categoría 1 – Gestión: emisoras Vokaribe Radio de Barranquilla y Los Andes estéreo de Málaga.

Categoría 2 – Capital Social: emisoras La Esquina Radio de Medellín e Impacto estéreo de Villa del Rosario.

Categoría 3 – Articulación Territorial y Ciudadana: Radio Payumat de Santander de Quilichao y La Esquina Radio de Medellín.

Categoría 4 – Programación: emisoras Oriente estéreo de Cali, Radio Payumat de Santander de Quilichao y Brisa FM en La Merced.

Categoría 5 – Actividad en Internet: emisora Vokaribe Radio de Barranquilla y emisora Impacto estéreo de Villa del Rosario.

Categoría 6 – Infraestructura: Radio Payumat de Santander de Quilichao.

¡En buena onda les decimos: esperamos que estos relatos les resulten inspiradores para sus propias prácticas!



CATEGORIA 1: GESTIÓN

Este apartado reúne aquellos ítems que conciernen a una gestión transparente del medio, teniendo en cuenta la disposición de la información para la ciudadanía. Tal y como está detallado en el primer capítulo en esta categoría se valora: el compromiso que tiene el medio con el servicio público; la difusión y acceso de la información financiera y de gestión social; la existencia y papel de un consejo asesor que tiene en cuenta las opiniones de la ciudadanía en la gestión de programación de la emisora, para el caso de Colombia, conocida como Junta de Programación. De igual manera, los acuerdos de colaboración con las organizaciones sociales del territorio y la forma en que el medio alienta la participación en los contenidos de la programación. En resumen, esta categoría y sus indicadores, pretenden

dar cuenta de los mecanismos, formas y espacios en que el medio de comunicación estimula la participación de la ciudadanía bien sea a título individual o colectivo; el modo en que se relaciona con el territorio y los diversos actores de la base social; la disposición del medio para permitir que se conozca el manejo de la organización y el cumplimiento de las obligaciones relacionadas con el campo administrativo.

A manera de referencia fueron seleccionadas en esta categoría las emisoras de Vokaribe Radio y Los Andes estéreo de Málaga, teniendo en cuenta que ambas reflejaron la puntuación máxima de esta categoría: 25 de 25. Las dos emisoras operan bajo la licencia de concesión comunitaria, la diferencia es que una está situada en un municipio de



“Nosotros en la radio pintamos con palabras la realidad de nuestras comunidades. Siempre estamos ahí con nuestras voces, la música, llevando ese pedacito de alma que tienen cada uno de los pueblos a través de la cultura y la tradición oral que a veces se ha perdido de escuchar los cuentos de los abuelos.”

María Niyereth Barrera
Gerente

Emisora comunitaria Los Andes estéreo

Santander (Málaga) y la otra en un sector de la ciudad capital del departamento del Atlántico (Barranquilla) y por tanto las audiencias y la red de relaciones que llegan a establecer varía según cada contexto.

Emisora comunitaria Los Andes estéreo

Los Andes Estéreo está situada en Málaga, Santander y surgió legalmente en diciembre de 1997 con 22 asociados. María Niyereth Barrera, lleva 9 años a cargo de la gerencia de la emisora y así se refiere a los orígenes de la emisora:

“La fundación la montó el padre con tres más: Milton Suárez (actual Presidente), Luis Emilio Márquez y Pedro Pinto. Según los fundadores, Santander es pionero en la conformación de radios comunitarias y a solicitud de un grupo de personas, reunidas en Bogotá, allá comenzaron a discutir cómo y quiénes iban a liderar los procesos.

¿Dificultades? la antena porque quedó en la zona céntrica y no tengo acto administrativo para moverla a pesar del estudio aprobado, estos trámites son lentos y demorados. ¿De lo que más me agrada? Los semilleros de radio, que venga una línea generacional que no permita que se acabe. Me puedo morir mañana y sé que hay un grupo de personas que continuarán con ese amor por la radio, los semilleros son niños y niñas también hemos dado la oportunidad a personas con discapacidad, tenemos un compañero que hace todo con una sola manita y tiene una voz espectacular”.

La emisora cuenta con Manual de Estilo, documento que se comparte con los realizadores para que lo conozcan y planeen el programa basándose en las directrices que contiene. También cuentan con algunos espacios para reuniones periódicas como la Junta Directiva y de Programación donde se hace revisión y evaluación de los contenidos de la parrilla: “por ejemplo, seleccionamos la música que por más que esté de moda no va”, comenta María. Cuenta con la figura del Defensor del Oyente y respecto a la Junta de Programación, la integran distintos sectores de la comunidad. El informe de esta Junta es anual y aunque no está disponible en redes, se hace un programa radiofónico al siguiente día de la Asamblea para compartir la información con la audiencia. Estos espacios de participación de la ciudadanía son considerados por la directora actual como ‘un blindaje’ que legitima su labor frente a las autoridades municipales:

“Son grupos que de una u otra manera usan la emisora y les invitamos a participar. Tenemos unas 30 personas. Nosotros tenemos una situación: el Alcalde no nos quiere, entonces nos toca blindarnos con la comunidad; él se fue a la comercial (radio) y no me importa, ahora ese es el medio oficial porque la comunidad me ha blindado. Si los hacemos actores de la radio, ellos van a estar ahí y de hecho así es”.

Esta emisora cuenta con convenios con diversas asociaciones que representan sectores del territorio como colegios, universidades, la policía, bomberos, sector salud, Juntas de Acción Comunal y sector de población con o en situación de discapacidad,

entre otros. “Lo ideal es que sea escrito y lo publicitario lo dejamos de lado”, dice Niyereth Barrera. Esto se acredita con la parrilla de programación y los contenidos de los programas que se emiten al aire. Si bien se alienta la participación de la ciudadanía, todavía hay desafíos por enfrentar. Así lo considera la gerente:

“Tengo un programa que se llama PQR y es para denuncias, lo abrimos todos los días, pero le comentaba a un compañero, es muy triste que la gente es sólo quejadera. Abrimos un consultorio jurídico ‘Café con derecho’ para que la gente presente formalmente las denuncias y la gente que llega es muy poca, entonces vimos la necesidad del PQR y vemos la denuncia y abrimos el espacio con un grupo de abogados (derechos de petición, carta) y la gente no llega (...) Cosas fundamentales que necesitamos: educación para radialistas, inversión en semilleros de personas –la radio se está muriendo con nosotros–, segundo, necesitamos tecnología; una buena cámara, saber hacer podcast y tercero sería ofrecer una radio comunitaria con calidad, pero para eso se necesita educación, buenos equipos y amor por la radio”.

Para la gerente María Niyereth Barrera, la emisora es una empresa, y verla desde esta perspectiva le sirve para comprender las responsabilidades administrativas, tributarias, legales y técnicas que conllevan el hecho de tenerla al aire y responder al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones por la licencia de concesión que ostentan: “y hay

que hacer programas ágiles, programas cortos, dinámicos, y las radios sino se oyen, no se venden”, concluye. El trabajo articulado, los acuerdos de colaboración con las organizaciones e instituciones que están en el territorio de influencia, así como el hecho de alentar permanente a la ciudadanía a que participe en los espacios de la radio, es el ‘blindaje comunitario’ que otorga la legitimidad a la emisora para continuar diariamente y no desfallecer. Ella también reconoce la importancia de trabajar de manera articulada a través de la Red de radio a la cual está asociada (Resander), lo cual le ha permitido fortalecer algunos procesos de formación y de gestión comercial de pauta y otras alianzas con redes mediáticas locales y nacionales, especialmente para compartir o difundir contenidos en la programación.



Para más información:
 www.losandesfm.com
 [losandesmalaga](https://www.facebook.com/losandesmalaga)



“ El espacio radioeléctrico es un bien público. Sin embargo, hay que prepararse para el escrutinio, el público tiene derecho a saber, a decir si no se está cumpliendo con el servicio, porque ese es nuestro compromiso. ”

Milton Patiño

Cofundador de Vokaribe

Emisora comunitaria Vokaribe Radio

Emisora comunitaria Vokaribe Radio

Esta emisora comunitaria de ciudad capital emite su señal desde la localidad del Suroccidente de Barranquilla y reconoce su misión y acción en torno a las comunidades multiculturales que interactúan en más de 70 barrios que conforman este sector. Según el relato de Milton Patiño, cofundador de Vokaribe – Colectivo de Comunicaciones, la historia de esta radio está dividida en dos momentos. En un primer momento, el surgimiento de la Asociación y así mismo del proyecto de la radio, que guarda sus vínculos comunitarios, culturales y ciudadanos con las poblaciones alrededor de ella, gestionando su acción comunicativa desde los intereses ciudadanos y ejerciendo el Derecho a la Comunicación como un derecho humano. Según las Fichas Descriptivas del Saber (Ministerio de Cultura, 2022) la Asociación cuenta legalmente con veinte integrantes, de los cuales, doce son hombres y ocho son mujeres. En voz de Milton Patiño:

“Unos son los primeros años hasta la licencia (2012) y el otro después de la licencia. Nosotros surgimos más o menos hacia el año 93 con tres componentes sociales que son: un grupo de estudiantes de dos programas (Comunicación Social y Periodismo y el programa de Producción de Radio y Televisión), por otro lado, las comunidades en la localidad donde estamos y hemos permanecido todo este tiempo: occidente de Barranquilla, aproximadamente 500.000 habitantes y unos 90 barrios donde nos dirigimos. El otro componente poblacional es que el año 91 coincide con la desmovilización de grupos de la insurgencia en Colombia y había influencia en este mismo sector.

Varios hicimos parte y teníamos de pronto esa doble condición de ser estudiantes y haber venido también de estos movimientos. Ese componente tiene pro y contras, pero lo que sí dio como resultado es el surgimiento de la Asociación de Radiodifusión Comunitaria, Vokaribe, que, descrito de esta manera, el sonar así – como la K– es como más Caribe y el equivalente es Voces del Caribe, es como un juego de palabras. Ese período cierra con un momento difícil porque existía un auge paramilitar y en la lista aparecimos todos los que operamos sin licencia en el barrio y habían interesantes propuestas musicales y de comentarios, de información y quiero agregar también que hemos mantenido (casi que en el 2023 vamos a cumplir 30 años) esa constante de nuestras líneas rojas, pues siempre es en función de un derecho y es el derecho a la comunicación y desde 1991, 92, 93 hemos creído que una forma de construir paz y de empoderar es a través de los medios; es decir, hacer pública la voz de quién debe hacerlo público, no somos la voz de nadie y menos creer que no tienen voz pero sí el propósito es un tema de derechos. El espacio radioeléctrico es un bien público. Sin embargo, hay que prepararse para el escrutinio, hay que estar con la mente puesta en que el público tiene derecho a saber, a decir si no se está cumpliendo con el servicio, porque ese es nuestro compromiso”.

De las dificultades, cuando se empieza con la licencia es que en muchas ciudades del Caribe aquí no se habla de los clanes y ha permanecido hasta hoy, que se está abriendo una zona turística

y han aparecido de nuevo los muertos. Es decir, la presencia paramilitar nunca se ha ido de la región y pareciera que detrás de la fiesta todo se ocultara, pero no. Es un territorio difícil y con la licencia hubo un movimiento de un barrio a otro y creo que nos ha favorecido, hay una comunidad religiosa, los ‘Ministros de los Enfermos – Religiosos Camilos’ de origen holandés y un personaje que para muchos ha sido, casi que en paralelo ‘una autoridad frente al estado’, es casi que un para estado donde son autoridades y escuchan, entonces mueven mucho de voluntariado y demás y ellos tienen unas instalaciones muy bonitas y allí se propuso y se aceptó hacer parte de ese complejo cultural que tiene biblioteca, auditorio, tiene un parque que tiene todas las condiciones y a Vokaribe se le asignó un lugar muy bien ubicado y tiene sus vidrios hacia los pasillos, donde la gente pasa y demás y ahí ha permanecido por los 10 años de operar la licencia; entonces no se paga ni siquiera una parte simbólica, nada. Ellos (la comunidad religiosa) tienen un programa de mano, son comunidades religiosas muy críticas, lejos del estatus quo, más cercanos a la Teología de la Liberación que a la réplica del adoctrinamiento religioso. Entonces, eso es para mí demasiado valioso, el tenerlos a ellos que son autoridad en lo local, mientras que la autoridad por localidades de las alcaldías menores ni siquiera sesiona, no interpelan para nada, no interactuamos con ellos, digámoslo así. Tenemos un parque que nos separa de la administración de la alcaldía local y no hay interacciones, son de muy poca incidencia en las ciudades,

son de papel, podríamos decir, las alcaldías locales no cumplen mucho.

Las radios comunitarias no nacimos como gremio y las redes (de radio) no son homogéneas; esa cantidad de gremios que quisieron hacerse a una radio, pero su oficio no era radiofónico y lo que han hecho es parecerse a las radios comerciales. Nosotros nos constituimos con un interés político y era el derecho a la comunicación. Para nosotros ese símil en la empresa (responsabilidad social) accedemos de otras maneras; nosotros vivimos estos primeros 10 años al cobijo de una agencia internacional como la Deutsche Welle pero ya se está retirando. Las radios comunitarias cargan en su historia la evolución de los DDHH y nos están forzando a un discurso incluyente pero no hay quién nos apoye en esa labor, para tener acogida hay que demostrar que tiene en su impacto social y ambiental, saber que hay un valor cultural”.

De acuerdo a las Fichas Descriptivas del Saber (Ministerio de Cultura, 2022) Vokaribe Radio cuenta con Manual de Estilo y Código de Ética. El Manual se elaboró en 2008 para el proceso licitatorio y en él plasmaron la experiencia que la organización venía haciendo como:

“Laboratorio sonoro comunitario (...) Para garantizar su cumplimiento, la emisora entrega un formato a los interesados en realizar programas, con la intención de conocer los objetivos y las temáticas que se desean abordar. Además, quienes quieran participar de la programación, deberán hablar de su vida, con el fin de conocer a la

persona. Aquellos que cumplan con los criterios, tendrán que hacer un piloto y si se ajusta con los aspectos consignados en el Manual de Estilo, se le da inicio al programa al aire; luego de una conversación previa con los directores”⁷.

En la opinión de Milton Patiño:

“Yo diría que el Manual de Estilo recoge como una globalidad que podría verse mucho más en la identidad, como tú dices, de cada emisora, teniendo su código ético, que está también muy a la orden del día, del lenguaje que se utiliza, del trato con un tipo de persona, un tipo de segmento poblacional como se dan y van apareciendo esas nuevas condiciones. Tenemos esto y lo cumplimos con algunos grises y pueden ser objeto de mejora”.

Así mismo se cumple con las actividades de rendición de cuentas que están estipuladas por los organismos de control y regulación y que tienen carácter de obligatoriedad por parte de entidades como la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), por el hecho de ser una Entidad sin Ánimo de Lucro – ESAL y el Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones. La página web es un escenario de transparencia para la radio pues allí están consignados algunos de estos documentos referenciados en esta categoría. Respecto a la Junta de Programación y la narrativa y/o enfoque de la programación de la radio, Milton comenta:

“En lo personal creo que la Junta de Programación la hacemos con personas

amigas, organizaciones aliadas y de la diversidad de las localidades, pero normalmente son nuestros aliados, son un voluntariado para que cada cierto tiempo puedan reunirse y hablar o puedan objetar algo de la programación. El defecto que yo veo es que tiene que haber un concepto de programación para que así se guíe con ellos hacia un aporte como debiera ser. La pregunta que me surge es: ¿qué tanto de nuestra programación es tipo opinión y entretenimiento? Si tiene una radio que sólo suena música debería ser el primer tema de conversación: ¿por qué tenemos el 80% de la programación dedicada a música y qué tipo de música? Si su objeto social fuera una emisora especializada en música o su especialidad son sólo noticias, que también las hay, pero eso no lo tenemos; entonces a qué ritmos surgimos. La Junta de Programación es más como aliados nuestros al momento que los convoquemos, ellos no tienen un papel autónomo ni son distantes de la radio”.

Vokaribe mantiene acuerdos de colaboración con diversas asociaciones que no sólo están en el territorio, como es el vínculo con AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), Hacemos Memoria de Medellín y DW Akademie y sus asociados en Colombia, con quienes desarrollan proyectos de mutua colaboración, especialmente para desarrollar el componente formativo y de generación de contenidos periodísticos. Así mismo con universidades (UniNorte, corporación universitaria La Costa), la Comunidad Religiosos Camilos que los acoge en su espacio físico y participan activamente

⁷ Extracto del documento Fichas Descriptivas del Saber: Emisora Vokaribe Radio, Ministerio de Cultura 2022.

de redes como la Red de integración con la población migrante donde hay alrededor de 10 organizaciones para abordar el tema migratorio, al igual que de la Liga Contra el Silencio. Están en el Consejo Local de Medios de la ciudad de Barranquilla y hay vínculos permanentes con las asociaciones y comunidades diversas sexualmente (al menos dos asociaciones, una de ellas Caribe Afirmativo), entre otras. “Entonces, todo esto sí puede redundar en la posibilidad de incidencia”, comenta Milton Patiño. Algunos convenios están formalizados, en otros casos: “compartimos eso, en el marco de la mutua conciencia”, concluye.

Esta emisora de la costa colombiana hace un proceso de inmersión de población joven y adulta en la radio que pasa por el proceso de diligenciamiento de un formulario para recoger las ideas del programa y capacitación en producción radial:

“Sí los motivamos. Basta con que lo quieran hacer, pero que lo hagamos bien; que técnicamente suene bien, pasa por llenar un formulario acerca del propósito de lo que quiere hacer, el pilotaje y hacerle alguna observación de lo que van a hacer. Es como la mecánica de invitarlos a participar con programas”, afirma Milton Patiño, cofundador de Vokaribe Radio.





CATEGORIA 2: CAPITAL SOCIAL

En esta segunda categoría se indaga respecto a la participación organizativa tanto de las personas vinculadas formalmente como de aquellas que lo hacen a título de voluntariado. Así mismo, se tienen en cuenta los procesos de formación para la ciudadanía con el ánimo de alentar la participación en el medio, así como el carácter individual y colectivo de dicha participación comunitaria ya sea como aliadas, o amigas de la radio en sus procesos. Se valora positivamente la diversidad con que cuenta la radio en relación a la presencia de grupos poblacionales diversos (sea por género o etnia). Para esta categoría, se referencian las emisoras: La Esquina Radio de Medellín en Antioquia e Impacto estéreo de Villa del Rosario, Norte de Santander. En esta categoría, La Esquina obtuvo una puntuación de 22 siendo 26 el puntaje máximo e Impacto estéreo 21 de los 26 posibles.

Emisora comunitaria La Esquina Radio

Durante la aplicación del cuestionario estuvo presente Milton Santiago Álvarez, asociado de la Asociación Palco – Profesionales al Servicio de la Comunicación, organización concesionaria de La Esquina Radio. Él es uno de los realizadores más experimentados de esta radio. Si bien jurídicamente la emisora existe hace una década, el grupo de profesionales que conforman a Palco llevan más de veinte años de labores en el campo de la comunicación, como lo refiere Álvarez:

“Siempre se había soñado con tener una emisora. Se logró por fin en el año 2010 y empezamos a tener señales de prueba con un equipo más pequeño, con muchas dificultades económicas, pero con muchas ganas de sacar adelante este proyecto. Ya habíamos trabajado incluso con Resander, fuimos fundadores de Asenred (Asociación de emisoras en red de Antioquia) en el oriente antioqueño. Fuimos capacitadores de emisoras que se iban a crear, entonces todo ese un cúmulo de ganas, de experiencias, de poder tener ese medio, pero que, a pesar de no tenerlo, seguíamos trabajando en ello. Cuando ya se nos da la posibilidad de tenerlo, de tener la licencia, pues ahí hay como un choque en todos de ‘bueno, tanto que habíamos querido, ya lo tenemos, ¿qué vamos a hacer?’ El nombre se escogió haciendo estudios con la comunidad, preguntando cuál es el nombre que más le gustaría, surgieron varios y así la comunidad decidió que La Esquina Radio. Se hicieron estudios de audiencia antes de comenzar para mirar qué quería escuchar la gente, qué programas querían y también qué música. La Junta de Programación queríamos que fuera participativa y diversa, entonces empezamos a mirar con organizaciones de la ciudad con quienes habíamos trabajado, porque nosotros hicimos énfasis en el tema de que queríamos aportar a la construcción

*“Allá más que hablar,
escuchamos, para que sea
la comunidad la que lo
haga y nosotros hacemos
esa mediación, para que
sea la comunidad la que
se exprese a través de
nuestra emisora y las
diferentes franjas radiales
que tiene La Esquina.”*

Milton Santiago Álvarez
Realizador

Emisora comunitaria La Esquina Radio

de ciudadanía para reconstruir el tejido social, para trabajar la construcción de paz, pero también queríamos el tema de defensa de los derechos, deberes y los derechos humanos. Con esas bases empezamos a hacer nuestro trabajo, pero también decíamos por el tema de la cobertura, nosotros no podemos medirnos por oyentes, nosotros tenemos que tener otra mirada: vamos a trabajar con participantes, que la gente participe en esta radio, que se apropie, que construyamos los programas con ellos, entonces vamos a medirnos así”.

Un elemento importante para este medio comunitario en una ciudad capital como Medellín, con las complejidades sociales ampliamente reconocidas, era construir y en otros casos fortalecer las redes de relaciones con que ya contaba la Asociación Palco desde su experiencia como actor de la comunicación para el cambio social. Este recorrido lo volcaron al proceso de la radio que estaba comenzando. De ahí que prefieran hablar de ‘participantes’ y no de ‘oyentes’. Esta es una manera de destacar la forma en que a la emisora le interesa tejer su acción movilizadora con otros actores del territorio, según afirma Milton Álvarez:

“En la medida en que los programas radiales están inmersos en procesos sociales y que ellos estén participando, ayudarán a garantizar que al menos tengamos un grupo que nos está escuchando y unos familiares de ellos que no están escuchando y unos vecinos que nos están escuchando. Entonces a partir de esa base arrancamos y empezamos a invitar y a pesar de que estamos en el centro de Medellín (comunidades 8,9 y

10) nosotros nos tiramos a las laderas porque siempre hemos tenido la misión de trabajar con los territorios de las comunidades más vulnerables. Y dijimos: «bueno vamos a medirnos por participantes, pero también nosotros vamos a hacer una emisora que escucha, más que hablar» porque lo que vemos en la radio comercial es el locutor que habla, el periodista que opina, que piensa, que tiene la razón. Queríamos trabajar el tema de lograr una interlocución entre el Gobierno local, las instituciones con la comunidad, manifestando qué necesidades hay, qué problemáticas hay en los territorios, qué queremos solucionar y nosotros estar allí generando ese diálogo, esa escucha activa y digamos que ya lo logramos plasmar en un noticiero que ya llevamos cuatro años que no cubre sino una noticia por semana, pero una noticia con la investigación fuerte, se llama La Devuelta. Ahí digamos que hemos logrado empezar a generar con más fuerza ese diálogo y por supuesto, las franjas de la emisora están siempre en relación a los procesos que se están dando en la ciudad; sabemos que la radio no puede quedarse en el espectro, que hay que hacer movilización social, por eso buscamos las diferentes maneras de hacer movilización social en los territorios o de generar actos simbólicos para que se visibilice más el trabajo, para que se manifieste y eso nos ayuda mucho a que en la emisora empiece a cobrar vida”.

Así como se busca la articulación territorial con diversos actores para propiciar diálogo y movilización, internamente también

es importante para el equipo de la radio fortalecer los lazos entre sus participantes y colaboradores. Actualmente están vinculados a La Esquina 16 personas: 9 hombres y 7 mujeres de los cuales al menos 4 pertenecen a la comunidad LGTBQ+ y una al sector de la discapacidad, afrodescendiente e indígena. En palabras de Milton Álvarez:

“El trabajo en equipo es muy importante y es complejo. Entonces, lo que más tratamos es de que, en medio de la diferencia, porque si tú vas a La Esquina Radio, si tú vas a Palco, todos tenemos una forma de ser y de pensar diferente, y en medio de esa diferencia podemos construir. Y discutimos. Nos damos los debates y toda la cosa, pero eso no quiere decir que nos pongamos bravos, sino que, construimos a partir de esa diferencia, entonces yo pienso que un plus es eso: poder trabajar en equipo, siendo diferentes. La franja de diversidad sexual la comenzó un compañero que ahora es una compañera. Empezó desde que le decíamos Daniel, luego La Mona y ahora se llama La Toya y siempre vivía corrigiéndonos para que entiéramos y ese fue un aprendizaje que lo hicimos en colectivo. Así como hay compañeras del feminismo fuerte y desde los espacios de conversación pues tratamos de entender los micro machismos; un compañero que tiene una discapacidad visual (productor de la franja Sentidos de Esquina) y él hace el espacio hace tres años y realmente uno es ignorante del tema, entonces todo es un aprendizaje. Antes yo me sentaba frente a una persona con alguna discapacidad y pensaba que no tenía tema de conversación y la ignoraba y hace un año que los vengo acompañando

y veo que tienen tanto qué enseñar y nosotros qué aprender. Una fortaleza de la radio es la diversidad del equipo de trabajo o está dentro o surgen desde la comunidad y ahí se nutren los espacios, la programación, porque ellos mismos son los que los lideran y hacen los contenidos.

Estos grupos poblacionales están participando en la realización, no sólo en el discurso. Qué está haciendo la población con discapacidad respecto a la parrilla de programación. Bajo qué óptica y lo otro es que no podemos esperar que algún tipo de población llegue a decirnos que viene a hacer una franja o proceso. Tocó ir a buscarlos al ver que no llegaban. Nos tocó con los discapacitados; hay que buscar esas posibilidades para que se puedan transportar, pero es la alegría de ver que están siendo incluidos «nos están escuchando en la ciudad, están escuchando nuestras historias» entonces hay que buscar los procesos.

Nosotros somos como una especie de familia. El almuerzo tiene que ser a una hora, así un poquito como en España que es a la hora y todos tenemos que estar a la mesa y en ese momento está abierta la discusión. No para hablar de trabajo, sino para hablar de otras cosas: de la situación, de la política, de la familia, pero eso nos ha nutrido mucho a nosotros para conocernos en esencia, respetando las diferencias. Hay cuatro personas LGTBQ+, hay una mujer trans, hay afro, hay indígena, hay una persona con discapacidad; entonces hay un grupo allí, una diversidad de personas con las que podemos, digamos aprender.

Cada uno nos va enseñando lo que sabe, lo que tiene y nos retroalimentamos en ese tema. Eso ha sido una ganancia para poder mantenernos en equipo”, concluye Milton.

En esta categoría, el IRSCOM Colombia rastrea aspectos de vinculación formal y no formal a través de espacios e iniciativas como el voluntariado y la colectividad para salirle al paso a las actividades diarias de la radio en todas sus dimensiones, no sólo en asuntos de programación y contenidos sonoros. Como lo comentó Milton Álvarez, esta ‘familia’ de La Esquina, además de diversa promueve acciones individuales y colectivas que garanticen la estabilidad económica del equipo, al menos el que está permanentemente desarrollando el proyecto comunicativo y comunitario. Por ello en materia de formación hay al menos cuatro mujeres vinculadas y de diversos sectores poblacionales: indígena, comunidad LGTBIQ+, de la discapacidad y afrocolombiano para trabajar temas como pedagogía en democracia, talleres de memoria, de producción radial, en los cuales se involucra a niñas, niños y jóvenes. Para la producción de los contenidos de la radio participan a título individual más de siete personas y se reconocen por lo menos 7 colectivos que colaboran haciendo programas.

Ese mismo desafío interno de encontrarse en la diversidad, también lo exploran hacia afuera cuando se trata de hacer alianzas para alcanzar los propósitos de la radio:

“Otro factor es que tenemos que movernos mucho porque como somos tantos y hay que conseguir sueldo, entonces hay un equipo de formulación de proyectos que cada vez se nutre

más y aprendemos más. Hay unos que saben más que otros en unos campos, entonces hay unos que nos demoramos más haciendo un proyecto y otros que lo hacen más rápido, pero siempre estamos en esa búsqueda, en esa cacería, de dónde hay un proyecto, dónde hay una beca, dónde hay una convocatoria, hay ejercicios de cooperación, con quién podemos hacer alianzas para calificar, etc. Respecto a esto, hacer alianzas es complejo. Nosotros también tenemos muchas dificultades en hacer alianzas con otras organizaciones porque cada organización tiene su estilo, o manifiesta su deseo de administrar el recurso, o ‘no confío en que este me administre por ciertas cosas’, o ‘si ustedes los van administrar cómo es que se va a organizar’; pero bueno, se han logrado hacer alianzas y eso es muy importante y cada vez entendemos que entre más alianzas logremos vamos a subir, entonces vamos haciéndolo poco a poco y eso nos ha servido. Por supuesto todo lo que son las becas del Ministerio de Cultura, las becas que salen por la Alcaldía de Medellín, por la Gobernación, todas esas convocatorias, nosotros siempre estamos allí, metiéndole.

Si uno mete 10 proyectos o participa en 10 convocatorias y pasa una, para mí eso es un triunfo, pero viene también la desilusión: no me dijeron, no me respondieron, no pasamos, pero bueno, volvamos a intentarlo. Yo me acuerdo que cuando ganamos ese premio de Mejor Medio Comunitario del País de Semana – Argos (2018), ya llevábamos como cuatro o cinco veces participando y ya no querían participar y yo les dije: este año es el de nosotros. Este año es el

de nosotros, vamos a participar que este año es el de nosotros. A mí me dicen allá Santi: 'Ah, Santi no qué va, que no sé qué' y yo les dije: hagámosle, no perdemos nada, ya sabemos qué es lo que hay que mandar y lo enviamos y ese año fue el de nosotros. Y bueno, son cosas que sirven porque también te dan visibilidad a nivel nacional y entonces ya hay más confianza de otras organizaciones e instituciones y en la medida que vas participando y haciéndote visible, pues también hay confianza de las instituciones para poder invertir, para poder hacer y estar", concluye con entusiasmo Milton Santiago Álvarez.



“ Hemos tratado de entender nuestro medio como una organización de trabajo social y captar aquellas situaciones en las cuales nosotros debemos aportar y trabajar junto con la comunidad. ”

Miguel Ángel Silva Rey
Gerente

Emisora comunitaria Impacto estéreo

Emisora comunitaria Impacto estéreo

Según el documento: Fichas Descriptivas del Saber (Ministerio de Cultura, 2022) la Asociación Cristiana de Comunicaciones Impacto, está conformada por 48 iglesias cristianas del Movimiento Misionero Mundial (MMM), ubicadas en el municipio de Villa del Rosario en Norte de Santander y se organizó en 1997 para brindar un servicio a la comunidad en torno al acceso a los medios de la información y las comunicaciones; también para brindar un apoyo social e ir más allá de la atención espiritual y abarcar otras necesidades propias de las comunidades. Este documento detalla que se fundó con el ánimo de prestar un servicio social a la comunidad, representado en la producción de programas radiales y también en la generación de contenidos para la plataforma digital; es decir más allá de la transmisión de música cristiana y predicaciones, pues comprenden lo que significa la concesión de un servicio de radiodifusión sonora de carácter comunitario⁸.

Miguel Ángel Silva Rey es el actual gerente de Impacto estéreo: “Mis procesos vienen de la radio ciudadana del Ministerio de Cultura (2008). De ahí nació el gusto por el trabajo con las comunidades. Mi trabajo ha sido de gerencia y administración y producción”, dice. Por tratarse de una asociación confesional, la labor de Miguel es encontrar el equilibrio entre los intereses de la organización concesionaria y la labor comunitaria de la misma:

“A ver, es una asociación cristiana, la sostiene la Iglesia y demás, entonces tratamos de tener el entendimiento de que haya un respeto mínimo por

las políticas internas que mantiene la Iglesia. Como director debo velar por el interés de la Junta directiva, pero también yo trato de estar del lado –o no–, es mi deber estar también del lado de la comunidad. Lo que yo hice fue que la Iglesia no solamente se dedique a transmitir el culto y la predicación, sino que también en la Iglesia hay colectivos de niños, adolescentes y demás, entonces el colectivo de niños partió de una iniciativa de la Iglesia y así es que nosotros lo trabajamos y ahí tenemos la franja del sector infantil, lo mismo en temas de prevención. La Iglesia tiene también fundaciones que abarcan el tema de prevención. Así es que nosotros trabajamos. De igual forma damos participación respetando las creencias de cada uno, pero en el tiempo en que he estado, desde 2016, no hemos tenido inconveniente alguno. Hacemos proyectos a nivel local, un encuentro; trabajamos mucho el tema del arte y cultura a través de la historia que tiene el municipio.

Como director evidencié que estábamos cediendo programas: el sector de deportes a un individuo, por ejemplo. Pero en ocasiones el individuo se enfermó, tuvo unas dificultades y ese espacio quedó vacío. Entonces, notamos que cuando se dedicaban los espacios a una institución, nos permitía aliarnos, pero también se garantizaba la estabilidad del espacio, la duración; precisamente esta semana, en una capacitación con Radar entendimos que la ley, la norma, lo establece así, que debe ser concedido a organizaciones

8 Extracto del documento Fichas Descriptivas del Saber: Emisora Impacto estéreo, Ministerio de Cultura 2022.

legalmente constituidas. Entonces lo que hacemos es una convocatoria a inicio de año, en el primer trimestre, convocamos a organizaciones sociales que tienen actividad en el municipio a participar de la emisora y los identificamos por sectores sociales. Tenemos dificultades y me identificaba con lo que decía el compañero de La Esquina Radio, en que no hemos podido cubrir todos los sectores. Por ejemplo, el tema de personas en condición de discapacidad, movilidad reducida, no hemos podido lograrlo. Hemos intentado hacer unos acercamientos, pero no ha sido posible.

Yo entiendo a los colectivos como los equipos que hacen producción radial, entonces todos los tenemos conformado dentro de una franja que llamamos 'La comunidad y sus fuerzas vivas'. Tenemos el colectivo que maneja el tema de la historia, donde participan dos organizaciones: Asociación Centro de historia e Investigación de la Villa de Rosario y la Corporación Cuna de Colombia. Tenemos el colectivo con la temática del arte y la cultura, donde está la Corporación Despertar por el Arte y la Cultura, principalmente. Tenemos el colectivo que trabaja toda la parte infantil (una parte del semillero lo tiene la Iglesia y otra parte la Corporación Despertar por el Arte y la Cultura). En deportes está integrado como unas 5 personas de diferentes organizaciones y hacen todo el trabajo en torno a los deportes. Hay varias personas de diferentes organizaciones, pero con los mismos intereses que es el deporte. Yo los llamo colectivos porque con ellos hacemos trabajos de intervención en las comunidades y trabajos de capacitación

y definimos las temáticas que se van a trabajar, la agenda programática; con todos hacemos lo mismo, comenta el gerente de Impacto estéreo.

En su reflexión, además de describir la manera en que se configuran las dinámicas de participación colectiva para la producción de los programas de radio, permite entrever cómo se involucran los participantes en acciones comunitarias y sociales que impulsa la radio y la asociación que tiene la concesión de la radio hace 23 años:

“Nosotros trabajamos con ellos también intervención en las comunidades, o sea los organizamos por grupos de trabajo dentro del trabajo que hace la emisora. Por lo menos en este momento tenemos tres colectivos que tienen la temática de derecho (consultorios jurídicos). Lo que hicimos fue organizarlos, no sólo que hagan el programa, sino que los direccionamos también a crear actividades como 'la radio al barrio' no solamente hacer un contenido para la emisora sino poner actividades de atención donde está también la alcaldía otras organizaciones y los consultorios jurídicos tienen espacio de interacción con la comunidad.

Llegamos a reunir unos 10 colectivos. Lo que pasa es que cuando hacemos la convocatoria llega, por ejemplo, el de la Policía (son dos agentes de policía), el de la Defensa Civil llega con el grupo; entonces la Junta de Programación es grande. Nosotros tenemos colectivo para cubrir el arte y la cultura (3 corporaciones de historia en torno a la difusión del talento local); salud, deportes, medio ambiente, donde

participa un veedor comunitario y el grupo medioambiental de la Policía. Tenemos prevención, que trabaja también con la Policía y Defensa Civil. Nosotros hemos tratado de establecer unos requerimientos mínimos: instituciones legalmente establecidas y que presenten una propuesta” concluye Miguel Ángel.

La emisora tiene al menos dos acuerdos de colaboración vigentes. Pertenecen a la Asociación de radios comunitarias de Norte de Santander, Radar, que agrupa a 26 emisoras comunitarias y a la Red Nacional de Medios y Organizaciones Sociales de Colombia, donde realizan contenidos relacionados con la migración (permisos, estatuto de residencia, acceso a servicios de salud y educativos, historias relevantes sobre integración, exilio, etc.), pero especialmente para promover la hermandad y la convivencia entre las comunidades y evitar la xenofobia.

En cuanto a vinculación formal, una persona devenga salario y prestaciones sociales y al menos cinco están por órdenes de prestación de servicios, de las cuales tres son mujeres. En cuanto a las personas voluntarias, Miguel Ángel Silva hace referencia a 3 personas más:

“Dos mujeres que nos ayudan con la dirección de los semilleros. Ellas se reúnen cada 8 días con los grupos, pero diariamente tienen que estar gestionando toda la actividad. Y tenemos un adolescente que nos ayuda en estudio en el equipo de producción, tiene 17 años. Dentro del semillero y a nivel general tenemos un programa que se llama ‘voluntariado’, pero no están todos los días, a veces tienen participación una vez al mes, pero sí es



un trabajo estructurado que tenemos de voluntariado, por ejemplo, para cubrir programación fines de semana”.

Respecto a los procesos de formación, el personal de la radio los realiza directamente o delega algunos a las personas que cuentan con el perfil requerido y que acompañan la emisora como voluntarios, donde el número puede llegar a 50. Según la planeación anual de la radio, se realizan al menos un taller de inducción (qué es la Radio Comunitaria y capacitación a programadores) y para ‘el semillero’ de talentos y demás colaboradores la cifra de encuentros de formación puede llegar a 8 por año en temas de edición, locución, entre otros. En la semana del aniversario de la radio que se celebra en el mes de noviembre, el equipo aprovecha para desarrollar no sólo actividades sociales sino también académicas como foros, talleres y demás, dice Miguel:

“Yo también hago un proceso de inducción a los colectivos y también de apoyo al grupo del semillero en capacitación. Por lo menos el sábado pasado teníamos que dar una capacitación, no lo di yo, no pude, nos acompañó el productor Johny, entonces sí, somos como 5 personas.

Tenemos unas 10 personas que nos apoyan en conexiones para transmisiones de manera voluntaria. Tenemos ingenieros de sonido, también los 24 participantes del semillero que nos apoyan en las actividades que



se realizan. Tenemos en la gestión comercial unas 15 personas como base: que es del día de las madres para reunir regalos y demás. De la administración municipal son unas 7 personas aproximadamente que nos apoyan con permisos para eventos, auditorios y demás; socios de la radio que hacen parte también de la Iglesia y que tienen mucho sentido de pertenencia a la emisora y los demás medios locales, que son compañeros y periodistas que nos unimos en actividades de transmisión de actividades especiales del municipio, fechas especiales, elecciones y demás, son 7 compañeros. Y finalmente cuento cuatro personas en la planta de transmisiones; son un apoyo importante. Los vecinos también tengo que contarlos porque es muy importante el apoyo y dos personas que nos ayudan con el registro de agua, nos regalan el agua y nos la suben en el carro tanque”.

Algunas de las fundaciones u organizaciones con que cuenta la Iglesia concesionaria de la licencia de operación, también aporta a la realización de contenidos radiofónicos para la radio, como el caso de PRIS (Prisioneros de Esperanza) que realiza un programa para la audiencia específica que está privada de la libertad. Respecto al resultado que arrojó la aplicación de IRSCOM Colombia a esta emisora, su director se mostró complacido, en parte porque encontró en el resultado del diagnóstico (96 de 120) es el reflejo de la

acción social, comunitaria y comunicativa que procuran hacer diariamente:

“Aun cuando somos un equipo de trabajo muy reducido, yo quisiera tener la experiencia que tienen en La Esquina, un equipo de trabajo de 16 personas, pero queremos llegar más allá. Entender que más que un medio de comunicación radial con unas condiciones técnicas limitadas, somos una organización que debe integrarse y trabajar con la comunidad, eso nos llevó a que en el año 2018 hiciéramos un sondeo con la Universidad de Pamplona y la Universidad Francisco de Paula Santander y definir esos usos y apropiaciones que hace la audiencia del municipio de Villa del Rosario del medio comunitario. Lo que pudimos evidenciar es que teníamos mucho por mejorar y ha sido un trabajo de tres, cuatro años largos, en los que hemos agarrado parte por parte para poder integrar el trabajo. Somos un equipo, les reitero, muy pequeño, pero hemos tratado de entender nuestro medio como una organización de trabajo social y captar aquellas situaciones en las cuales nosotros debemos aportar y trabajar junto con la comunidad”. Concluye el joven director.





CATEGORIA 3: ARTICULACIÓN TERRITORIAL Y CIUDADANÍA

En esta Categoría del IRSCOM Colombia se identifican las posibilidades de crear alianzas con otras radios y redes de radios, así como su manera de vincularse con ellas. También mide los vínculos de la emisora con otros colectivos del sector, asociaciones ciudadanas o pares mediáticos y también la manera en que dinamiza actividades o eventos de carácter social. En definitiva, se reflexiona alrededor de la capacidad que tiene el medio para generar alianzas y relaciones con las distintas corrientes organizativas y comunitarias existentes en el territorio. Aquí se referencian las experiencias de dos emisoras que obtuvieron la máxima puntuación posible para dicha categoría: 10/10. Ellas son Radio Payumat (Santander de Quilichao, Cauca) y La Esquina Radio de Medellín, Antioquia.

Radio Payumat

Radio Payumat está en la frecuencia 101.0 FM y tiene cerca de 700 vatios de potencia lo que le permite cubrir todo el municipio de Santander de Quilichao (99.354 personas según censo de 2019), los municipios de Corinto, Jambaló, Caloto, Toribío, Puerto Tejada, Villa Rica, Padilla, Buenos Aires y Suárez y parte de Caldono, Silvia, Morales, Piendamó y sur del Valle del Cauca. Payumat es una palabra en Nasa Yuwe que se usa para anunciar la llegada a una casa: “Usted anuncia la bienvenida y dice Payumat es el saludo cuando usted llega a un lugar”, refiere Mabel Quinto del pueblo Nasa del norte del Cauca,

integrante del equipo de la radio. Esta es una emisora que opera bajo la licencia de Interés Público. Mabel nos comenta sobre sus inicios:

“La emisora es de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte de Cauca-ACIN, (Çxhab Wala Kiwe que traduce territorio del gran pueblo) y ellos son los representantes de la emisora. Son quienes legislan. En asamblea decidieron que era necesario crear la radio zonal, pero ahí cada uno tiene sus consejeros (son 7) que tienen sus Planes de Vida y son socios de la emisora. Radio Payumat nació en 2002 pero antes de eso hubo dos procesos de formación en comunicación, unas Escuelas que permitieron que se crearan o fueran referentes para la creación de la radio. Anteriormente existió Nasa estéreo de Toribío y Voces de Nuestra Tierra de Jambaló y ellas fueron las primeras emisoras en el norte del Cauca y tuvieron mucho acompañamiento del equipo misionero de allá de Toribío y se desarrolló un proceso de formación en comunicación que lo que hacía al principio es que ellos hicieran contenidos escritos, plegables, lo que estaba pasando en la comunidad, lo que se iba desarrollando en los cabildos, todo eso, pero vieron que era necesario llegar de una manera inmediata, por el contexto a la comunidad, entonces por eso gestionaron lo de las emisoras.

“ El principal logro de la radio es que ha podido llegar a la comunidad, es concientizar, es movilizar (...) Nosotros tenemos un papel importante y es seguir fortaleciendo también la cultura y seguir manteniendo informada la comunidad y de ahí fue de donde nació ese diagnóstico, que esas emisoras debían ser críticas, autocríticas, para la concientización y la movilización. ”

Mabel Quinto
Productora
Radio Payumat

Estas emisoras empezaron a funcionar y quienes participaban de este proceso de formación eran jóvenes del norte del Cauca (Guardia, Presidentes de Junta) y preparaban contenidos que eran transmitidos por estas dos emisoras. Luego vieron la necesidad en un Congreso de que se creara una emisora zonal, porque Radio Nasa sólo funcionaba para Toribío y Voces de Nuestra Tierra para Jambaló, entonces ellos dijeron que se necesitaba llegar a otras zonas del norte del Cauca que tiene muchos otros municipios (Caloto, Santander de Quilichao) y por eso en una Asamblea decidieron que se conforme lo que se llamó Tejido de Comunicación que contiene la emisora Radio Payumat y como ya tenían la experiencia de formación de estas personas pues, dijeron: «ya con esta experiencia de estos jóvenes que se formaron, van a ser parte de Radio Payumat» y es cuando empieza Radio Payumat a funcionar”.

El inicio de la radio también contó con la realización de un diagnóstico con la comunidad para determinar los gustos e intereses respecto a los contenidos que debía tener el medio, teniendo en cuenta que se trataba de una emisora indígena: “ya tenían la experiencia que allá llegaban otras emisoras, pero no tenían nada contenido indígena”, comenta Mabel. Entonces la conclusión fue:

“Bueno, nosotros tenemos un papel importante y es seguir fortaleciendo también la cultura y seguir manteniendo informada la comunidad y de ahí fue de donde nació ese diagnóstico, que esas emisoras debían ser críticas, autocríticas, para la concientización y la movilización; por eso estas emisoras



tienen este carácter y eso las hace diferentes. Creo que los comunicadores y comunicadoras del Tejido han hecho un gran trabajo y ellos han logrado llegar a todas las comunidades y la comunidad hoy en día conoce las problemáticas y también visibiliza sus alternativas de vida, qué vienen haciendo en los territorios”.

Esta experiencia comunitaria se nutre especialmente del saber de las personas mayores y del ímpetu de las jóvenes como Mabel que complementan su labor comunitaria y productiva con la creación de contenidos para la radio y en formato audiovisual. Actualmente son 7 personas, tres de los cuales reciben un beneficio económico por parte de la ACIN (Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca ACIN) y todos aportan desde la experiencia adquirida en el proceso: “Nosotros en realidad somos empíricos, ninguno es un comunicador de tal universidad, sino que lo fuimos aprendiendo en el camino”, dice.

La emisora está articulada a los procesos del territorio y fuera de él y participa activamente en ellos: “La red AMCIC (Asociación de Medios de Comunicación Indígena de Colombia) es del CRIC (Consejo Regional Indígena del Cauca). La red zonal local se llama Red de Colectivos y Emisoras Indígenas del Norte del Cauca. Nacional. Enviamos para ALER – Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, con sede en Quito, Ecuador”.

Así mismo, están articulados a otros escenarios donde la exploración va más allá de la radio como la muestra de cine y video indígena de Colombia Daupará, donde han participado mediante convocatoria con el fin de mostrar algunos productos que han hecho con la comunidad. El estar relacionados con estos espacios, les permite el intercambio de programas, acceder a procesos de formación y tener representatividad en el sector. El componente comunicativo es un elemento fundamental en los Planes de Vida de las Asociaciones de Cabildo, por eso la radio se nutre de contenidos relacionados con diversos temas: salud, educación, género, familia, entre otros.

En la cosmovisión indígena, el ser y estar en, con y para la comunidad es fundamental. Es parte de lo esencial. Por ello, las distintas radios indígenas del departamento del Cauca promueven anualmente las pre mingas de arte indígena, que se pueden interpretar como escenarios para la conversación donde los principales temas están relacionados con la comida, los oficios, el idioma propio, las artes visuales y las manifestaciones artísticas como la danza y la música. En palabras de Mabel Quinto:

“Desde la comunidad identificamos un Mayor que tenga mucha experiencia

en eso y se llevan y participan los centros educativos, comunicadores o la comunidad que sea del territorio para promover todo el tema del arte. Se identifican qué partes o temáticas se vienen fortaleciendo más, los tejidos. Una tupa es el fogón. Allá son tulpas colectivas, como especies de malocas, pero las tulpas son abiertas con tres piedras en el centro y todos se sientan a conversar. Todos nos sentamos y conversamos alrededor de eso”.

Al alentar la conversación, puede entenderse que las radios indígenas están realizando prácticas de tejido y articulación social y ciudadana con las comunidades de sus territorios, pero también entre ellas, para abordar aspectos que les preocupa como es la desaparición del lenguaje propio entre las generaciones más jóvenes u otros aspectos relacionados con temáticas como género y relaciones de convivencia con otros actores poblacionales para aprender a ser más tolerantes en el reconocimiento de este mundo diverso y en un territorio que además también es habitado por población afro y campesina; por tanto la relación con organizaciones como la Mesa Interétnica y la ANUC (Asociación Nacional de Usuarios Campesinos) y demás que representan a las comunidades negras es fundamental, tal como lo explica Mabel:

“Nosotros hemos venido haciendo o tejiendo con 4 emisoras en el norte del Cauca: Voces De Nuestra Tierra – Jambaló; Nasa estéreo de Toribío; Corinto- Nación Nasa es emisora y colectivo y Radio Payumat en Santander de Quilichao. Estas emisoras han hecho un trabajo muy importante, han podido juntarse para crear contenidos, crearon

la iniciativa de grabar grupos musicales que le cantan al proceso organizativo en diferentes géneros, no sólo de flauta y tambor. Eso se ha venido recogiendo y era importante que las emisoras tuvieran contenido hecho por comunidades indígenas y de ahí nace esta iniciativa de convocar grupos de Mayores y crear esas piezas que quedarán para nuestra programación, así también nació la propuesta de niños.

Hoy tenemos que hablar del tema de la diversidad sexual. En nuestras comunidades es complejo porque desde lo cosmogónico se han adaptado conductas que no permiten que se hablen de estos temas y hay vergüenzas, hay tabú. Hoy, las nuevas generaciones lo quieren abordar, antes no se hablaba de la violencia contra la mujer. Hoy, muchas al manifestarlo, han ido avanzando en muchos espacios y así mismo hay que poner el tema de la diversidad sexual; entendiendo más el tema del patriarcado, tratando estos temas para cambiar las conductas patriarcales; se está avanzando en muchos procesos para que podamos avanzar, porque las mujeres transformamos. Resistir no es sólo aguantar es transformar; en estos espacios se les da la palabra para que cuenten en la radio y se proponga y se den caminos de solución respecto a qué hacer contra este sistema machista. A las comunidades nos ha servido salir y compartir con otros pensamientos e ideologías no para absorberlo todo sino para ver qué puedo aplicar en mi territorio para avanzar” dice Mabel bastante convencida con su afirmación.



En esta exposición del camino y proceso de lo que ha sido el movimiento de la radio indígena en el Cauca, Mabel Quinto, integrante del equipo de radio Payumat, también hace énfasis en los avances en la inclusión de una perspectiva diversa en los contenidos de estas emisoras que operan bajo la licencia de concesión de Interés Público:

“Considero que la emisora viene trabajando mucho en la diversidad étnica, hoy podemos tejer con afros, campesinos, contenidos educativos que permitan que la comunidad también conozca cómo vive el afro, el campesino y que ellos conozcan de nosotros. Como comunicadores estamos muy pendientes de todo el tema del contexto, de dar la palabra a la gente y ese ‘dar la palabra a la gente’ es ir hasta el territorio, es ir hasta donde están ocurriendo los hechos, es acompañar a la comunidad. Por ejemplo, la comunidad va a hacer una minga, nosotros como comunicadores no vamos sólo a hacer la entrevista, sino que nosotros

trabajamos con ellos en la minga; si hay que cocinar, si hay que desyerbar, si hay que cargar leña allá estamos. Y al final de todo ya cuando estamos en el momento del reposo, del compartir, entonces uno hace la entrevista de lo que se realizó. Esto es algo que nos ha ayudado mucho porque así no sentimos como que vamos a ‘extraer la información’ o llamamos desde la cabina de radio: ‘vea, ustedes qué están haciendo’, no. Como emisoras comunitarias, tenemos que llegar a esos espacios, a esos procesos. Ojalá podamos desde estos espacios dar a

conocer esas luchas invisibilizadas que hay en estos territorios; en el norte del Cauca y en el Cauca se vienen tejiendo procesos importantes que aportan no sólo a la gente indígena sino al país en general”. Concluye Mabel Quinto, comunicadora indígena.



“Las franjas están inmersas buscando la movilización y el cambio social. Generamos intercambios y eso ha permitido que se hagan alianzas con otros sectores que manejan los temas y así va creciendo el proceso, porque va madurando y se va gestionando; la gente se va involucrando y así van surgiendo otras etapas de los mismos procesos, otras temporadas de los programas y así.”

Milton Álvarez
Productor

Emisora comunitaria La Esquina Radio

Emisora comunitaria La Esquina Radio

Como se mencionó en la categoría de Capital Social, la emisora comunitaria La Esquina Radio, es una de las experiencias más notables de Colombia, debido al modelo de trabajo que desarrolla, el cual está enfocado en la articulación con las comunidades y organizaciones sociales de base de la ciudad de Medellín, especialmente con quienes desarrollan acciones de intervención con los sectores poblacionales más vulnerables. Precisamente la categoría de Articulación Territorial y Ciudadana, toma en cuenta las acciones de trabajo en red mediática o no, los beneficios y potencialidades de esta labor y aquellas acciones de movilización o eventos de carácter social que lidera la radio. Las líneas temáticas relacionadas con los Derechos Humanos y construcción de ciudadanía son de vital importancia para la radio, como lo referencia Milton Santiago Álvarez, productor de esta emisora:

“Le apostamos a los procesos en los territorios, acompañándolos. Si no alcanzamos a llegar hasta allá, ellos escuchan la pieza comunicativa que surgió de ese proceso. Si no nos escuchan por los 20v pues por internet. Lo importante es que siempre buscamos la retroalimentación y para ello es importante pensar y buscar otras estrategias más allá de la radio. Tenemos alianzas con organizaciones como Viva la Ciudadanía, a nivel nacional con De Justicia, La Misión de Observación Electoral, MOE; entonces trabajamos cosas así, interesantes, que hay de acuerdo a la agenda comunicativa que estemos trabajando. También hay otras organizaciones como por ejemplo las organizaciones de mujeres (Vamos

Mujer, Mujeres que Crean, Madres de la Candelaria, etc.) con Casa Museo de la Memoria, con quienes se trabajan temáticas de construcción de memoria; con mesas de víctimas, de desplazados, en contra del reclutamiento forzado; las universidades (Luis Amigó, la de Antioquia, Pontificia, Medellín) que quieren conocer y quieren aportar con programas, con la producción de los promocionales. Todo el que va a la sede sale con un audio porque siempre se necesitan voces. Estar acompañados de más de 20 organizaciones diferentes de la ciudad que participan en la Junta de programación que es activa, con la que construimos agenda (...) Yo creo que es el principal logro después de 10 años es ser ese canal donde las comunidades logran hacer sentir su voz, cierto. Donde se pueden construir agendas, contra agendas, porque nosotros más que de hacer agendas hacemos contra agendas: Estamos hablando del día de las madres, perfecto. Pero: ¿qué está pasando con las madres LGBT y con los padres que son madres, con las madres que están en la cárcel?”

Como lo explica Álvarez, el trabajo de articulación territorial y ciudadano se refleja en los diversos contenidos temáticos que produce diariamente La Esquina y que son el resultado de un acompañamiento en otros espacios de diálogo que la ciudad y sus aliados les permiten experimentar. Para la radio lo importante no es llenar de contenidos la programación sino, sentir que están acompañando y contribuyendo a construir política pública para la ciudad, abriendo espacios de diálogo con las autoridades que permita mejores condiciones de vida y convivencia a la ciudadanía:

“Las franjas están inmersas buscando la movilización y el cambio social. Generamos intercambios y eso ha permitido que se hagan alianzas con otros sectores que manejan los temas y así va creciendo el proceso, porque va madurando y se va gestionando; la gente se va involucrando y así van surgiendo otras etapas de los mismos procesos, otras temporadas de los programas y así. Todo eso está inmerso en la producción sonora, en la parrilla y va por la radio 101.4 FM. 20 vatios de potencia es apenas para una radio escolar, pero eso no ha sido obstáculo para llegar a la comunidad de Medellín (...) No solamente hacemos productos radiales. Participamos en la construcción de la política pública, veeduría al Plan de Desarrollo, seguimiento a las agendas de víctimas. La incidencia es participación de diferentes acciones diciéndole a la alcaldía que hay un medio con un Proyecto Político y Comunicativo haciendo un ejercicio ciudadano. Las sonoridades acompañan el proceso de movilización. Por eso decimos que se acompañan procesos”, afirma Milton Álvarez.

Y en ese acompañamiento a los procesos a través de las sonoridades, La Esquina también articula alianzas con actores de la comunicación como Comunicracia Red de Medios Locales, la Red Asenred (Red de radios del oriente antioqueño) y ALER a nivel internacional. Desde sus inicios ha procurado mantener una articulación temática con Zona Radio, la otra emisora comunitaria de Medellín, con algunos medios locales (Mi Comuna, Q'hubo Radio) y participa de procesos como Plataforma Tres Voces que reúne organizaciones populares que hacen

activismo en favor de los derechos de la infancia y adolescencia. Por ser una emisora acompañante de procesos, los eventos están a la orden día, así que es recurrente ver el equipo de La Esquina en movilizaciones sociales, conversatorios en las comunas de influencia y realizando campañas mensuales con salidas a los territorios.



*“Trabajamos
con población
afrodescendiente y con
mujeres, la emisora es
de palabras abiertas,
micrófono abierto,
es un espacio de
empoderamiento, de
reconocimiento de la
identidad.”*

Aidis Magaly Angulo Mesa
Fundadora de la radio

Emisora comunitaria Oriente estéreo



CATEGORIA 4: PROGRAMACIÓN

Los contenidos que conforman la programación de una emisora comunitaria corresponden a la necesidad comunitaria de satisfacer el derecho al reconocimiento, a la comunicación y a ser informados. Esto sucede cuando las sonoridades diarias promueven valores democráticos, instan a la construcción de ciudadanía, favorecen la diversidad, la convivencia y promueven el desarrollo y el fortalecimiento de las identidades culturales, entre otros aspectos. Desde el IRSCOM Colombia la categoría de Programación contiene indicadores relacionados con estos aspectos: la producción de contenidos locales de carácter informativo y otros; la dedicación de espacios a las músicas locales, tradicionales o emergentes; la diversidad temática de contenidos que emite la emisora; los programas que promueven los enfoques diferenciales; la emisión de contenidos provenientes de alguna red radiofónica u otro aliado, entre otros. La programación procura revelar qué tan conectada está la Rentabilidad Social con la inclusión, la diversidad, la identidad del territorio y con la labor de la radio como bien y servicio público. En esta categoría se reconoce la labor de las emisoras: Oriente estéreo en la ciudad de Cali, departamento del Valle del Cauca (puntuación IRSCOM 37/40), Radio Payumat de Santander de Quilichao (puntuación IRSCOM 40/40) y la emisora comunitaria Brisa FM en La Merced, Caldas (puntuación IRSCOM 31/40).

Emisora comunitaria Oriente estéreo

Aidis Magaly Angulo Mesa, es una lideresa comunitaria del Distrito de Aguablanca en Cali y fundadora de la emisora comunitaria 'Oriente Estéreo'. La emisora lleva 10 años de trayectoria y la organización a cargo de la licencia de concesión es la Asociación Agencia Red Cultural que nació en 1996 como una propuesta artística para visibilizar el talento de la población joven del oriente de Cali en todas las categorías. Esta organización lideraba una feria de talentos y muestras culturales y hacían un ejercicio de comunicación popular que luego se convirtió en el proyecto que les permitió acceder a una frecuencia para este sector de la ciudad. La organización que está conformada por sólo mujeres afrodescendientes, tiene tres líneas de trabajo: una línea comunitaria, una artística y la radio, que resulta ser transversal a todas las acciones pedagógicas y culturales que ejecuta con las diversas comunidades (niños, jóvenes y mujeres). Aidis, participante del encuentro taller para la aplicación del IRSCOM, realizado en Bucaramanga durante el mes de mayo, comenta:

“Entonces en ese tiempo se hace la solicitud y se tiene la emisora como tal, pero digamos que ya venía funcionando como ese piloto para contar narrativas, de micrófonos abiertos, que la gente pudiera contar y decir sus experiencias.

En el oriente de Cali, la mayoría de sus jóvenes, a pesar de todo lo malo que dicen, hay mucho talento y una forma de visibilizar el talento era en esa feria de las culturas, que era un desfile de unos 30 grupos por todo el oriente de la ciudad de Cali con comparsas y terminaban con presentación en tarima, pero previo a ello había toda una experiencia de formación con todos los grupos y artistas y la radio era la manera de mantener informada a toda la comunidad. Entonces la radio se crea a partir de esa necesidad y de ese trabajo organizado que había y se busca mantener esos enfoques que se dieron desde el principio: una emisora abierta al público, a la comunidad, que tenga una parrilla de programación que vaya de acuerdo a los intereses de la comunidad y la población a la que llega”.

La población a la que hace referencia Aidis es la población vulnerable que convirtió estas laderas de la capital del Valle del Cauca en su nuevo espacio de vida después de haber huido de la violencia desde alguna ciudad del pacífico colombiano. Cali está dividida en la zona rural y urbana, 22 comunas y 15 corregimientos. El distrito de Aguablanca (donde opera la radio), reúne al menos cuatro comunas (13, 14, 15 y 21) en las cuales se ubica la población más vulnerable y empobrecida de toda la ciudad. La emisora cuenta con una antena de sólo 30 metros, 15 vatios de potencia y tiene autorizado llegar de manera parcial a otras comunas de la ciudad. El dial es el 96.0 FM y aunque es una emisora comunitaria, tiene un enfoque diferencial basado principalmente en la población afro. Al igual que sucede en La Esquina Radio de Medellín, el proyecto de Oriente estéreo primero organiza y gestiona

procesos con las comunidades, como son los círculos de sororidad, antes que programas de radio. Así lo expresa su fundadora:

“Uno de nuestros programas radiales, Palabras de Equidad, nació del diálogo, de los encuentros con las mujeres, hablando de un ejercicio de sanación, de comprender que las situaciones de las mujeres no son aisladas y que no hay que juzgar. Cómo empezar a desnaturalizar este imaginario que nos han vendido de vernos como competencia, rivales, enemigas. Construir desde el comadreo, el palabreo, desde el intercambio, la juntanza, el compañerismo y la mayoría de nuestras mujeres son afros desplazadas y llegan al oriente con toda su carga y su saber, su idiosincrasia y ver cómo se mantienen también los legados y las tradiciones. Llegaron a la radio con su voz propia a contar cómo superar situaciones de violencia, a volverse más amigas, a buscar dónde participar de estos círculos de diálogo. Algunas personas que han escuchado dicen: ¿acaso esas señoras no son de Buenaventura, de Chocó? es decir que las mujeres del oriente de Cali tienen voz y también son así sus acentos.

Con niños y niñas tenemos un programa para que sean ellos transmitiéndoles desde sus saberes, se llama ‘Radiogusano con Guayaba’. Son círculos de diálogo sobre temas de niños y niñas para el reconocimiento de identidad y cómo empezar a construir sociedades más amenas y asumir parte del cuidado. Cómo generar conciencia sobre la comunidad, el proyecto de vida, dar consejos a otros niños sobre nuevas masculinidades,

generar conciencia sobre el medio ambiente, comunidad, proyecto de vida. Entonces, gran parte de la programación de la emisora está enfocada en la comunidad afro, es nuestro mayor público, los que más habitan el territorio y sin embargo también hay programas de comunidades indígenas que compartimos con la compañera Mabel de Radio Payumat y así sucesivamente. Hay diversidad. Y con los hombres trabajamos masculinidades equitativas y no violentas para vencer los miedos sobre la masculinidad frágil; hombres que le apuestan a esta transformación y ver cómo esas prácticas (machistas) vulneran los derechos de las mujeres, entonces hay ejemplos de hombres que le apuestan a esta sororidad”.

Al Coordinador de la radio le acompañan otras tres personas que apoyan la organización de la parrilla de programación, además de un apoyo para el componente de gestión comercial y de mercadeo de los servicios de la radio. Pese a haber tenido que enfrentar problemas de seguridad con algunos de los actores armados que hacen presencia en la zona, la radio goza de legitimidad y reconocimiento comunitario lo que le permite continuar con las puertas de su sede propia muy abiertas, para que diversos contenidos circulen a través de la programación de la radio. La emisora cuenta con una parrilla que incluye diversidad de temas: educativos, deportes, género, derechos humanos, arte y cultura, conflicto y víctimas, infancia y juventud, interculturalidad, salud, musicales, entre otros. Así mismo realiza un informativo local que se llama ‘Tiempo de Escuchar’, el cual se produce diariamente a las seis de la mañana. La mayoría de programas se producen “en equipo, van en combo” dice Aidis Magaly. Se estima que la radio tiene



por lo menos 12 programas e igual número de colectivos y se producen semanalmente por lo menos diez horas de contenido local. Aquellos relacionados con género son su mayor fortaleza. Las mujeres incluso acuden a la producción de radionovelas para poner en común sus vivencias, como lo referencia Aidis Magaly:

“Cali es la capital de la salsa. Es sobre resaltar artistas locales y los melómanos llevan su tocadiscos, casetera, y están también los de hip hop y ellos dicen que están haciendo formación a la comunidad a través de su contenido, hablan de hip hop local y Color Pacífico que busca mantener las tradiciones culturales”.

La emisora impulsa conversaciones con la ciudadanía a través de ‘mesas de radio’ que organiza con cierta periodicidad para fortalecer la relación comunitaria y el componente cultural y de identidad territorial que promueve desde su acción comunicativa. Los procesos de formación de los que ha hablado la lideresa de la radio, se enfocan en mujeres y niños y cada mes trabajan un valor, un aprendizaje en dichos espacios:

“Organizamos unas jornadas comunitarias cada mes que tienen que ver con convocar a la comunidad, en la emisora se hace uno, hay una actividad de melómanos y coleccionistas y va con juegos tradicionales, comadreo, mesa de radio en vivo, olla comunitaria. Para el próximo sábado vamos a embellecer la fachada y tendremos olla comunitaria, bingo comunitario, ropa con y sin experiencia”, comenta.

El proyecto de la radio goza de buena relación con otras experiencias radiales como la emisora de la universidad del Valle y otras radios que están en este sector como:

“Oír más, Radio Carajo, una de la ladera (Radio Ladera). Es como una red que reúne la universidad del Valle y sí, trabajamos de manera articulada. Hay otra red que es La Chicharra y es de radio. También con Resander para el intercambio de programas y con Univalle hay formación y también tenemos pauta publicitaria. También articulamos con otras organizaciones comunitarias la Casa Cultural El Chontaduro, por ejemplo; Guetto Blue y la Red de Mujeres del Oriente. Con la Asociación de cine Me joda”, concluye esta mujer líder de la radio Oriente estéreo de Cali



Para más información:

 orientestereocali.org

 [orientestereo](https://www.facebook.com/orientestereo)



“Acompañamos espacios comunitarios y desde allí conversamos de lo que está pasando. Asistimos a las tulpas, vamos a los consejos territoriales, las mingas, asambleas y todo eso es material para la radio.”

Mabel Quinto
Productora
Radio Payumat

Radio Payumat

Como lo dice esta categoría, la Programación se basa en el análisis de la tipología de programas y la frecuencia de los mismos, procurando identificar la preponderancia de los contenidos locales en la programación, teniendo en cuenta no sólo las voces y expresiones ciudadanas sino también las músicas y demás manifestaciones artísticas del territorio. En esa medida, también es fundamental para esta categoría del IRSCOM Colombia resaltar la participación social reflejada en dichos contenidos.

Desde esta perspectiva, lo primero que hay que decir es que en Radio Payumat no se consideran espacios o colaboraciones ‘a título individual’ sencillamente porque no hace parte de su cosmogonía. En ‘las juntanzas’ que se traduce como las reuniones de las autoridades se deciden los contenidos que van para la parrilla de programación pues son los encargados de orientar los contenidos que se producen. Esa juntanza, también se hace con otras emisoras no sólo del norte del Cauca, como lo dice Mabel Quinto, productora de la radio:

“Lo que hacemos es convocar para saber qué está pasando en diferentes territorios y hacer programas de radio sobre contexto o mensajes educativos; nosotros nos rotamos o como emisoras locales lo que hacemos es socializar todo el contenido que tienen comunicaciones CRIC (Consejo Regional Indígena del Cauca CRIC), eso sale de nosotros, los colectivos locales”.

Cada jueves y de manera colectiva, se produce un espacio que se llama “Mesa de Diálogo” y

desde el formato en vivo, con transmisión por redes sociales, se hace enlace con otras radios y se amplía la participación comunitaria. La emisora también se mueve por el territorio para realizar eventos y especialmente para acompañar las movilizaciones de la comunidad y así conocer las opiniones de la gente: “Nos conectamos con Voces de Nuestra Tierra, Nasa estéreo y la Corinto (Nación Nasa de Corinto)”, dice Mabel.

Hay un propósito y apuesta en el proyecto de la radio por contribuir a la permanencia de la lengua originaria del pueblo Nasa y por lo tanto existe un colectivo responsable de dinamizar el Nasa Yuwe. La emisora también cuenta con un informativo regional donde participan todas las emisoras indígenas del Cauca: “Nosotros lo emitimos y ellos (la red AMIC –Asociación de Medios de Comunicación Indígenas y Comunitario) lo producen, son 13 emisoras a nivel de Cauca”, comenta Mabel. También están los contenidos producidos por el CRIC y ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) que son emitidos a través de la programación. El informativo local se llama ‘El Sonido del Tambor’ (kwetta suzuza) y va todos los días entre las 11:30 de la mañana y la una de la tarde; la emisora está funcionando desde las 6 de la mañana hasta las 7 de la noche. Durante ese horario se emiten programas de diferentes temáticas: medioambientales, arte y cultura, conflicto y víctimas, diversidad sexual, economía, educativos, deportivos, de derechos humanos, género, historia y memoria colectiva, infancia y juventud, interculturalidad, musicales, de salud:

“Nosotros tenemos programas en lenguas autóctonas. A mí me toca hacer El Recreo y es sólo en idioma propio;

yo hablo, pero no mucho. Yo les pongo rondas en el idioma Nasa Yuwe, por eso estamos trabajando con niños.

El pueblo Nasa ha estado en riesgo: de exterminio físico y cultural y el idioma propio se estaba perdiendo, por eso se han creado estrategias para hacer nidos lingüísticos y los niños y niñas aprenden el idioma propio y están acompañadas por mujeres que saben de enseñanza de idioma propio y con ellos se hace creación de letras con contenidos que les enseñen a los niños, frases cortas y rondas infantiles en Nasa. Esto ha ayudado a fortalecer el idioma propio (Nasa Yuwe). Veíamos que a futuro si no se fortalecía se iba a desaparecer este idioma”.

Según el relato de Mabel Quinto, se reconocen al menos 5 colectivos de personas que colaboran con la emisora haciendo programas en la radio en diversos temas; la divulgación científica está relacionada con medicina tradicional y abordan algunos aspectos ‘sensibles’ para el territorio, desde el formato de dramatizado. Así mismo también se aprovecha el talento local para transformar los ritmos actuales comerciales (bachata, popular) con letras alusivas a la cultura Nasa, así es como hicieron las rondas infantiles, por ejemplo:

“Los educativos son dramatizaciones. Hacemos de reclutamiento de jóvenes, de conflicto armado. Se pone un caso y las personas actúan, así como pasa en el territorio. Lo hacemos para concientizar sobre esas situaciones, lo mismo que la violencia contra la mujer. En la última grabación hay música norteña, bachata y músicas en diferentes géneros, pero

con letras alusivas a la organización, hablan del proceso organizativo”.

Esta emisora construye el perfil musical, narrativo y editorial a partir de todo el trabajo de acompañamiento a las causas del pueblo Nasa y demás comunidades indígenas presentes en el departamento del Cauca donde irradia su señal. Como lo expresaba Mabel, el principal logro de la radio es llegar a la comunidad para concientizarla y movilizarla en torno a las causas que los identifica como pueblos originarios. Es por ello que el ‘perfil sonoro’ busca ser y actuar conforme el sentir de los Planes de Vida. Es por ello, que su labor como comunicadores indígenas resulta ser un complemento a sus actuaciones de la vida diaria como integrantes de su comunidad. Los comentarios de Mabel así lo expresan:

“Acompañamos espacios comunitarios y desde allá conversamos de lo que está pasando. Asistimos a las tulpas, vamos a los consejos territoriales, las mingas, asambleas y todo eso es material para la radio. Algo muy bonito que aprendí es que, al principio, cuando se hablaba de procesos de comunicación, los jóvenes caímos en el error de pensar: «uy, qué chévere yo voy a hablar por la radio, yo voy a hablar con tal locutor y mi voz es así», pero resulta que cuando íbamos a hablar con los comunicadores o tejedores de comunicación ellos decían: «es que no se trata solo de tener la voz; es qué contenidos ustedes van a transmitir, porque de nada sirve que tenga la mejor voz si usted va sólo a poner música, a saludar y hablar y ya. Usted debe conocer su espacio, su entorno, debe ser crítico y autocrítico para que usted pueda transmitirle a la comunidad». (...) La idea es llegarles con

otros contenidos, otras cosas, que ellos puedan darse cuenta de qué es lo que está pasando. Hemos ido avanzando, al comienzo era sólo contenido indígena, ahorita por todo este hermanamiento ya tenemos espacios con comunidades afros y campesinas porque en Santander de Quilichao se convive con estas dos comunidades y ha sido también el respetar estos espacios de la comunidad afro”.

Oriente estéreo de Cali y Radio Payumat de Santander de Quilichao dieron a la implementación del IRSCOM en Colombia el enfoque étnico y diferencial. Ambas radios muestran desde su experiencia de producción de contenidos cómo, las radios indígenas y comunitarias encuentran en la articulación con los procesos organizativos del territorio y de la exaltación a los talentos locales, la manera de construir el perfil sonoro y narrativo de la radio: el Proyecto Comunitario, Comunicativo y Político que en últimas no es más que el reflejo de las Asociaciones que están detrás de las mismas.

Las niñas, niños, jóvenes, las mujeres y el enfoque diferencial y étnico están presentes de manera preponderante en el desarrollo de las temáticas y en el reconocimiento desde sus voces, a partir de sus propios acentos. Es interesante cómo hay una apuesta por el traspaso de los conocimientos a las siguientes generaciones y así mismo hay un reconocimiento desde la diversidad cultural del territorio: en Cauca, el reconocimiento a las poblaciones afro y campesinas, en Cali a las poblaciones vulnerables que llegaron víctimas de la violencia y el desplazamiento, quienes son especialmente comunidades afrodescendientes. En ambos casos es permitir el enfoque diferencial a partir de

la apropiación de los micrófonos, desde las historias, costumbres y el reconocimiento de la ‘voz distinta’ que también habita el lugar y el territorio y por tanto también es merecedora de un espacio de expresión.

Para el caso de Payumat la transferencia de costumbres e idiomas también ha pasado por la reflexión crítica y la problematización de ciertos comportamientos socialmente antes aceptados o normalizados como la violencia de género, el machismo, el no reconocimiento o legitimidad por la diversidad sexual; entre otros. Con el idioma no es sólo la transferencia lingüística, es pensar el sentido del territorio para la vida cotidiana propia y comunitaria, en cuyo caso pasa por la apropiación de los ritmos actuales o modernos, adaptados a letras que entregan este sentido territorial y organizativo. En estos procesos, la presencia de las mujeres como lideresas es importante. Para el caso de Oriente estéreo la organización es liderada por sólo mujeres, jóvenes y en el caso de Payumat, las mujeres también están al frente de varias de sus causas.



“Es realmente un ejercicio que se hace para validar toda la actividad de la radio, sin ser realizadores y si hay alguno que quiera hacerlo, listo, el espacio está abierto.”

Jhon Jairo Herrera
Director

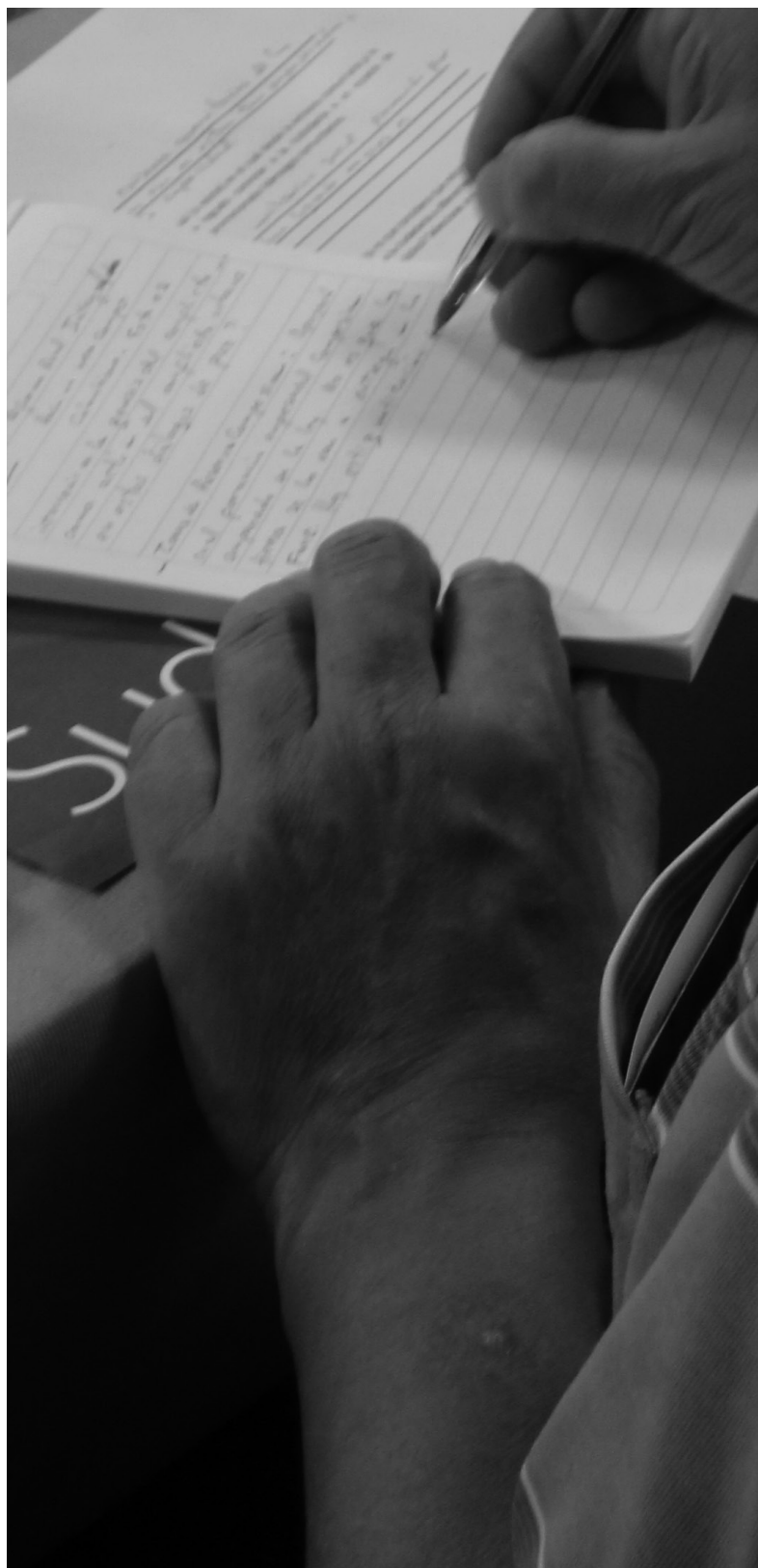
Emisora comunitaria Brisa FM

Emisora comunitaria Brisa FM

realizadores y si hay alguno que quiera hacerlo, listo, el espacio está abierto. Pero ellos sugieren los contenidos de los programas. No hacen radio, pero sugieren”.

La parrilla de programación de la emisora cuenta con un informativo local diario de 10 minutos al día (RMC Noticias) y una radio revista informativa al medio día de una hora que se emite los fines de semana. También cuentan con programas educativos, de actualidad, arte y cultura (literatura), algunos musicales especializados: música andina colombiana, jazz y religiosos. Buena parte de estos espacios se dan gracias a la relación que comparte el director como responsable de la emisora comunitaria y director administrativo de la emisora UMFM (la emisora universitaria). Brisa FM cuenta con un control/programador que apoya toda la programación y al menos cuatro programas de la semana son producidos de manera colectiva; la emisora produce un promedio de 10 horas de contenidos locales a la semana. La gestión realizada con otros medios para compartir contenidos resulta ser una alternativa de solución no sólo para Brisa sino para las demás emisoras de la red, así lo considera Jhon Jairo Herrera Sánchez:

“Un voluntario de la Casa de la Cultura hace un programa de poesía, tenemos el (programa) del Comité de Cafeteros que se llama, Atardecer Cafetero (hay dos uno, que producen desde Manizales también), el informativo que no lo hacemos solo nosotros, sino con participación de las otras emisoras (de la Red), lo producimos allá en La Merced y se distribuye para las demás emisoras y se llama ‘Entérate Eje’ y el boletín diario que lo produce la Red de Medios



al igual que 'La Ciencia que Somos'. Hay otro (programa) semanalmente que se llama 'Noches de Blanco Satín'; está la Iglesia Católica, el hospital (prevención), alcaldía, la policía y bomberos. Ellos eventualmente hacen sus programas. Muy eventualmente hay colectivos de jóvenes y los del colegio que se llama 'República Juvenil' y funcionan tienen su reglamento y elección, en fin".

Respecto a la participación de personas que a título individual colaboran con la emisora, Brisa FM tiene una asignatura pendiente con la paridad y equidad de género pues aún no consigue animar a las mujeres a participar. En palabras de su director: "Participan cuatro, ninguna mujer. Allá las mujeres no participan. Se abre el espacio y no. Nos ha tocado importarlas". La mayoría son programas musicales (radio revista, otro sobre arte y el club del oyente y otro de música suave). Sin embargo, es destacable la experiencia del Club de Oyentes de La Merced, que estima una participación de por lo menos 200 personas que, gracias a que están afiliados, participan de rifas y obtienen algunos descuentos en el comercio del pueblo, comenta el director:

"Es un operador de audio, programador. Es una persona que le gusta mucho la radio, tiene contrato por Orden de Prestación de Servicios y ha estado allí por mucho tiempo y se encarga de coordinar un espacio muy bonito que se llama el Club del Oyente, que después lo escuché en muchas emisoras más. Ahí es donde la gente valida tanto la emisora – la vuelven legítima –, que pagan por el servicio de radio, pagan una cuota mensual. Él tiene unos 40, 45 años y ellos lo administran, ahí está la compensación que tienen. Los afiliados al club tienen

descuentos en los supermercados cuando muestran el carnet y tienen su compensación enviando saludos. Es un programa de entretenimiento, de reconocimiento a las personas. La dinámica es que el oyente se afilia, paga mensualmente por la afiliación y eso le da el derecho de que tenga el reconocimiento de él junto con algunos familiares en fechas especiales y tienen descuentos con el comercio aliado y hay reconocimiento con la pauta. Entonces es un espacio diario, de una hora, y hay un espacio mensual donde se hacen varias rifas y la gente está pendiente. Hemos querido fortalecerlo y que sea justo ese espacio de participación de la gente, que no sea simplemente por la retribución que está teniendo, sino qué otras cosas podríamos hacer para el desarrollo de la comunidad: discutir los asuntos que necesita la comunidad para mejorar sus vidas, por ejemplo. Si están las vías en mal estado, si están en mal estado los cultivos estas cosas", concluye el director.

La emisora también realiza eventos fuera de la cabina, especialmente para vincularse con transmisiones de festivales de música folclórica andina, o para alentar jornadas de carácter social como la entrega de regalos en época de navidad para niños y jóvenes, pero para acceder a dicho obsequio, los interesados deben pasar por un proceso de formación y actividades lúdicas que dan sentido y un valor especial al regalo que están a punto de recibir: "Si la emisora se apagara podrían tener un problema porque se ha legitimado tanto, que la gente la quiere porque hace parte de su cotidianidad en el día a día y es necesaria", dice Jhon Jairo.

La articulación le ha permitido a Brisa FM y las demás que hacen parte de la Red de Medios Ciudadanos, acceder a procesos de formación. Por ejemplo, a través de la Mesa Nacional de Radio, de la cual la Red de Medios Ciudadanos hace parte, recientemente el personal de las emisoras afiliadas pudo participar de diplomados virtuales en formación de tecnologías digitales y gestión y administración a muy bajo costo para radialistas de todo el país, los cuales fueron ofertados por una red de Antioquia; así mismo esta articulación le ha servido a la emisora para tener representatividad ante organismos de control, pues el director hace parte del Comité Consultivo de MinTIC; también se gestionan acuerdos de pauta publicitaria (unificación de tarifas de servicios entre todas las radios) y para la producción de contenidos de manera articulada y conjunta y en diversos enfoques narrativos. Así mismo se destaca a nivel nacional la alianza con Red de Radio Universitaria de Colombia – RUC y a nivel internacional existe convenio con un sistema de medios alternativos de comunicación mexicano, llamado Altavoz para emitir el programa “La ciencia que somos-Iberoamérica al aire” de Radio UNAM:

“Nosotros reunimos el material, organizamos y enviamos. También recogemos material de la universidad y los redistribuimos a otras emisoras (Programa Proletrarios de enfoque literario). Los ponemos en la nube para compartirlos. La Red es eso: un trabajo de intercambio colaborativo. Por ejemplo, por esta época hay una emisora que hace unos clips de pedagogía electoral y se comparten y la otra es producción en conjunto como el boletín informativo diario, todas hacen una especie de

corresponsalía para el magazín/radiorevista semanal, de manera que son contenidos en coproducción. La representatividad está en que hacemos un canal para que los entes legales lleguen a los operadores y les expliquen cómo hacer frente a las obligaciones que tienen y cómo pueden actuar y cómo pueden acompañar. Antes era más regulatorio y de sanción. Y también la gestión cuando hay un proyecto con entidades, organizaciones o empresas que requieren un proyecto se arma un portafolio con las emisoras y se ofrece el trabajo de la campaña, por ejemplo, con pauta publicitaria hay una regulación de precios (antes no existía eso) para que haya un precio más competitivo, bajo la lógica de cubrimiento donde si una emisora comunitaria cobra 25 mil pesos no puede sola pero en conjunto va a tener más cubrimiento que una emisora comercial, pero se distribuye el recurso equitativamente. Se ha dado formación en estrategias de mercadeo para manejo de paquetes, descuentos, bonificaciones, etc.”, explica el director de la emisora y la red.





CATEGORIA 5: ACTIVIDAD EN INTERNET

Tal y como está reflejado en el capítulo 1, esta categoría evalúa la capacidad de acceso, uso y adaptación a las tecnologías digitales por parte de la radio, así como las demás actividades derivadas de esto. Los indicadores de esta categoría permiten evidenciar qué tanto uso y apropiación hacen los medios comunitarios del ecosistema digital. Desde las reseñas, en esta categoría están las emisoras Vokaribe Radio de Barranquilla, Atlántico, Impacto estéreo de Villa de Rosario, en Norte de Santander y La Esquina Radio de Medellín, Antioquia; todas ellas alcanzaron el máximo de la puntuación en esta categoría (puntuación IRSCOM 7/7).

Emisora comunitaria Vokaribe Radio

El territorio donde opera la radio tiene infraestructura que le permite la conectividad a internet. Así mismo tiene un equipamiento básico y tiene activas todas las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y un canal en Soundcloud para alojar los programas tipo podcast. La página web de la radio está actualizada y realizan emisiones online (streaming). Es preciso recordar que, tal como se mencionó en la categoría de Gestión, la emisora tiene sus estudios físicos en la sede de la comunidad religiosa los ‘Ministros de los Enfermos – Religiosos Camilos’ donde le fue asignado un espacio bien ubicado para la radio y allí ha permanecido durante los 10 años que lleva operando con la licencia “no se paga ni siquiera una parte simbólica, nada”, comenta

Milton Patiño. Podría decirse que esta es una de las emisoras con mejor desarrollo de contenidos digitales:

“Hemos pretendido trabajar por un ecosistema de medios. La radio nuestra se escucha con 50 vatios en 60 barrios del suroccidente de la ciudad. Tenemos un movimiento permanente en redes sociales y movemos lo que se mueve en la radio. También tenemos la página para la gente que está fuera del territorio y el país que hace escucha digital. En términos de integración se tiene una política de inclusión, promoción del artista local, tipo experimental y también profesional ahí tienen acogida y espacio”.

A partir del tiempo de la pandemia, la emisora experimentó la producción de un informativo diario de salud desde casa, teniendo como fuente la información que entregaba el Ministerio de Salud. Este contenido era enviado por el servicio de WhatsApp, recuerda Milton:

“Algo positivo es que la pandemia obligó (y una relación que poco se ha explorado, pero ahora la vamos a mantener) a que las alcaldías empezaran desde la Secretaría de Educación, a buscar cómo llegarles a los niños y niñas y en este caso los clubes de lectura, que todavía se mantienen, fue como una experiencia

“Hemos pretendido trabajar por un ecosistema de medios. La radio nuestra se escucha con 50 vatios en 60 barrios del suroccidente de la ciudad, tenemos movimiento permanente en redes sociales y movemos lo que se mueve en la radio.”

Milton Patiño
Cofundador

Emisora comunitaria Vokaribe Radio

interesante. Vokaribe hizo parte de esto, del fomento de la educación en casa y las alcaldías buscando ese apoyo en las radios comunitarias, no sé si dio en todo el país, pero allá se dio esto”.

Según Patiño, la radio se escucha en muchos lugares gracias a que cuentan con la página y la señal en streaming. Por otra parte, el hecho de contar con una página web actualizada, también es un aspecto que él relaciona con la transparencia de la información y el derecho al uso y acceso que pueden hacer los visitantes y oyentes de los contenidos de la radio:

“Efectivamente la mirada de las RRSS no buscamos los clicks, ni de buscar la rentabilidad, es una cuestión de transparencia: la responsabilidad de hacer público lo que debía hacer público y es allí donde pueden leer lo que hacemos. Cuando nos pidieron los documentos a traer al taller pues no era sino mirar el enlace de Vokaribe y ahí estaban; es decir, tenemos año a año lo de la Junta de Programación, lo que nos pedían de la parrilla de programación; entonces yo creo que sí tiene una utilidad, puede que toda la comunidad no lo vea, pero el que nos está mirando afuera y que nos puede apoyar sí, mira primero aquí y eso me parece importante reseñar”.

Para mantener y ampliar la presencia digital, Vokaribe Radio está pensando permanentemente en ideas que les permita realizar una articulación más sostenida con otras expresiones comunicativas y sonoras del territorio. Así lo señala Milton Patiño:

“Estamos planteando alianzas con emisoras alternativas que suenan sólo en digital y que las podemos reproducir

irradiado y hacer ese tipo de alianzas porque tienen que ver con la cultura local, es decir, producen muy buenos programas como La Troja Radio que son muy locales, muy urbanos, muy de salsa con investigadores universitarios que los escuchan especialmente fuera del país, la diáspora barranquillera, digamos es como reproducir eso”, concluye.





Emisora comunitaria Impacto estéreo

El territorio donde opera la emisora comunitaria Impacto Estéreo cuenta con infraestructura que le permite la conectividad a internet, aunque limitada. Recientemente lanzaron su página web, cuentan con un equipamiento básico con algunos problemas técnicos como deficiencias en el híbrido. La emisora produce contenidos para sus redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y realiza emisiones online 24/7 (streaming). Tienen programas alojados en la plataforma Ivoxx y utilizan el servicio de Google Suite y así hacen un uso del Drive como repositorio. La emisora cuenta con un estudio de emisión más tres puntos remotos que se organizaron desde la pandemia, pero no tiene estudio de grabación. El gerente de la radio, Miguel Ángel Silva Rey, amplía estos detalles:

“El aspecto de infraestructura, es algo que veníamos manejando desde antes de la pandemia y es el tema de la automatización y los medios tecnológicos en nuestra radio desde los recursos técnicos que poseemos. A partir de 2020 cerramos totalmente, permanecemos hasta febrero de 2022

con el estudio totalmente cerrado, pero eso nos llevó a que esos equipos que ya estaban por más de 20 años en la emisora (obsoletos) sacarlos y distribuirlos en puntos remotos de la emisora. Eso llevó incluso a que nuestra sede llegara casi que al deterioro. En el momento logramos hacer una restructuración del estudio; todavía tenemos falencias, no contamos con el híbrido telefónico, tenemos uno muy manual. Sin embargo, sí hemos logrado mantener esos tres puntos remotos más el estudio y así es que diversificamos un poco el trabajo que nosotros realizamos”, concluye.



Para más información:

impactostereo.com

[impactostereofm](https://www.facebook.com/impactostereofm)



“ Sí, hacemos la convocatoria abierta. La emitimos por redes y como director, a veces nos toca buscar amigos para que contacten al uno, al otro. Los invitamos de manera personal y por convocatoria pública a través de redes sociales, que es a lo que más se más acude.”

Miguel Ángel Silva Rey
Gerente

Emisora comunitaria Impacto estéreo

Emisora comunitaria La Esquina Radio

Esta emisora con sede en la ciudad de Medellín considera que hay infraestructura en el territorio que le permite la conectividad a Internet, aunque deficiente en algunos horarios. Tiene página web y redes sociales virtuales activas: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Tik Tok y otras como Google Podcast y Soundcloud. Así mismo realizan emisión online en directo vía Internet (streaming) y cuelgan podcast (programas a la carta) en Internet, ya sea en servidor propio o en plataformas de almacenamiento. Milton Álvarez, comenta que el uso de las redes sociales ha permitido a la radio cumplir el objetivo de expansión territorial que no pueden lograr de manera física por el hecho de contar sólo con 20 vatios de potencia al aire:

“Por supuesto queremos ampliar la cobertura, que nos den la posibilidad de llegar a más lugares. Sin embargo, eso no nos ha cortado las manos porque a través de las redes sociales, de la página web (streaming) entonces hemos logrado también llegar a otros territorios, incluso ir más allá; generar alianzas con las que luego podemos contar y eso. El tema de poder escuchar, de seguir escuchando a las comunidades, de que no se nos olvide que nosotros no somos los protagonistas de la radio, sino que los protagonistas son las propias comunidades”.

Según el documento ‘Fichas Descriptivas del Saber’ del Ministerio de Cultura (2022), en su momento el equipo de La Esquina Radio discutió el sentido de incursionar en

el ecosistema digital. De acuerdo con ello, la radio cuenta con manual de uso para estas plataformas que incluye el tratamiento de los temas e imágenes donde hay prevalencia por el cuidado de los derechos de las poblaciones en dichas publicaciones para no ponerlas en riesgo:

“El aprovechamiento de este ecosistema digital es para: 1) exponer políticamente lo que se quiere como radio y organización. Entonces se hace una apropiación de las plataformas para amplificar y situar en otros escenarios y con otras audiencias (organizativas, institucionales y académicas) las causas propias y las que se acompañan en articulación con otras organizaciones (...) En la página también se evidencian por lo menos 16 micro sitios que hacen referencia cada uno a las franjas de producción”⁹.



⁹ Extracto del documento Fichas Descriptivas del Saber: Emisora Vokaribe Radio, Ministerio de Cultura 2022.

“ En la página web de la emisora están todas las franjas radiales desde hace 4 o 5 años. Yo tengo un programa de literatura y todos los cinco años están ahí archivados. ”

Miguel Ángel Silva Rey
Gerente

Emisora comunitaria Impacto estéreo



CATEGORIA 6: INFRAESTRUCTURA

En esta categoría, cuya puntuación máxima en el IRSCOM es de 12, permite evaluar las condiciones del espacio y los equipos que posibilitan las labores de la radio en condiciones adecuadas. Por ello tiene en cuenta el número de estudios disponibles, los espacios para reunión y encuentros de formación. En este ítem se reseñan las experiencias de Radio Payumat de Santander de Quilichao que obtuvo la máxima puntuación permitida.

Radio Payumat

“Nosotros contamos con una infraestructura propia, adecuada, muy adecuada, porque ha sido trabajo de las autoridades y nosotros tenemos un estudio de grabación, tenemos el espacio para la radio, tenemos los equipos para la transmisión, la consola para llevarla a la calle. Lo que pasa es que se hizo una inversión muy grande para eso. ¿Cuántos computadores, micrófonos? ¡Muchísimos! póngale ahí infinitos, más de diez, porque tenemos el espacio donde se transmite la radio y eso es súper adecuado y bonito y luego frente está la sala donde están los invitados y tiene capacidad para máximo 12 personas y al otro lado está el de grabar música. La sala de emisión tiene capacidad para 12 personas y los micrófonos para 12 personas y la sala está bien adecuada.

El estudio como tal como nadie está capacitado pues se alquila a quien sepa grabar por ejemplo estas grabaciones (rondas infantiles y músicos) las hizo mi compañero que sabe grabar”, dice con mucho entusiasmo Mabel Quinto productora de Radio Payumat.

Tal y como lo refleja el testimonio de Mabel Quinto, esta emisora indígena cuenta con un equipamiento tecnológico y de infraestructura que les permite operar de manera cómoda y proyectarse en el mediano y largo plazo, gracias a los nuevos espacios físicos. Esta joven productora de radio considera que esto se debe a la gestión que realizó esa generación de líderes que fue formada en comunicación y que ahora ostenta espacios de ejercicio de poder como Autoridades Comunitarias; según Mabel, ellos comprendieron la importancia de la comunicación para los procesos territoriales y de esa manera, dieron el empuje y gestionaron el recurso necesario para comenzar a hacer la inversión en el proceso de comunicación a través de la radio y los audiovisuales. Hoy por hoy los resultados saltan a la vista:

“Nosotros nos sentimos muy orgullosos, que tengamos un espacio de comunicación con las condiciones adecuadas, con los equipos adecuados para hacer el ejercicio, y esto es un trabajo que han hecho las autoridades

“¿Cuántos
computadores,
micrófonos?
Muchísimos,
póngale ahí
infinitos...”

Mabel Quinto – productora
Radio Payumat



indígenas del norte del Cauca a través también de los recursos que se le asignan para los programas como es educación, salud. Ellos han destinado un recurso el cual iba para ir organizando la infraestructura y ha sido un aporte de todos y de todas y decimos nosotros que esos recursos que también llegan para la comunidad, pues ellos también han puesto para que hoy tengamos un estudio de grabación. Ahora en

junio se va a hacer el lanzamiento de este estudio de grabación que ha sido el esfuerzo de todos, de todas las autoridades que hacen parte de la ACIM y pues está muy bonito. Todavía hay que trabajarle al personal, para que estas personas puedan tener su garantía para hacer el ejercicio de comunicación, sus condiciones, pero la infraestructura está”, concluye.

¡En buena onda les decimos: esperamos que estos relatos les resulten inspiradores para sus propias prácticas!



Para más información:
radiopayumat.nasaacin.org



1. Use oblig
3. Tomar
5. Mant
- minima d



Índice de rentabilidad social de las radios comunitarias (IRSCOM) en Colombia y Andalucía: dos contextos, dos encuentros, varias reflexiones

Yulieth Aldana Orozco -Universidad Minuto de Dios, Colombia

Lara Espinar Medina - Universidad de Málaga, España

Ma. Fernanda Peña Sarmiento – Universidad Minuto de Dios, Colombia

Tener la oportunidad de aplicar un indicador que promueva en las radios comunitarias observarse, pensar sus prácticas comunicativas y revisar varios elementos de su día a día que les permitan aportar a la construcción de ciudadanía en sus territorios y contextos, es un ejercicio útil y valioso, más cuando se habla de medios de comunicación comunitarios, que son aquellos autodefinidos como gestores de la construcción de ciudadanía.

Los medios comunitarios pueden constituirse en el espacio del intercambio entre personas, en el espacio en el que “se rompa el monopolio de la palabra, y esto no para dársela individualmente a cada cual, sino para que pueda intercambiarse, darse y devolverse, como la mirada y la sonrisa a veces, y sin que pueda jamás ser detenida, petrificada, almacenada y redistribuida en cualquier lugar del proceso social” (Baudrillard, 2003, p. 7). De ahí el interés de poder analizar y observar cómo están llevando a cabo sus prácticas comunicativas una muestra de radios comunitarias e indígenas de Colombia y otra de emisoras españolas, concretamente de Andalucía; a través de un análisis

comparativo de los resultados obtenidos por la implementación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM).

Tanto en Andalucía como en Colombia se seleccionó una muestra reducida de emisoras destacadas por sus buenas prácticas, pues el objetivo en ambos casos fue el testeo de la herramienta; demostrar su utilidad para su posterior expansión por el territorio.

En Andalucía (2019), de un total de 24 radios comunitarias en funcionamiento en todo el territorio, se seleccionaron seis para este estudio. Fueron elegidas, además de por sus buenas prácticas, por estar situadas en áreas metropolitanas de gran incidencia poblacional.

Son las siguientes:

- 1.- Radiópolis, Sevilla
- 2.- Onda Palmeras, Córdoba
- 3.- Hispanidad Radio, Huelva
- 4.- Radio almaina, Granada
- 5.- Frontera Radio, Jerez de la Frontera
- 6.- Onda Color, Málaga

En el caso de Colombia, la selección se realizó a través de la Asesoría de Narrativas Sonoras de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos del Ministerio de Cultura del país, un total de doce radios, que se definen a continuación:

1. *Radio Payumat, emisora de interés indígena, pueblo Nasa, Santander de Quilichao*
2. *Oriente Estéreo, emisora ciudad-capital, enfoque poblacional afro, Cali*
3. *Vokaribe, emisora ciudad-capital, Barranquilla*
4. *La Brújula, emisora ciudad-capital, Bucaramanga*
5. *La Esquina Radio, emisora-ciudad capital, Medellín*
6. *Charalá Estéreo, emisora comunitaria municipal, Charalá (Santander)*
7. *Los Andes Stéreo, emisora comunitaria municipal, Málaga (Santander)*
8. *Guadalupe Stéreo, emisora comunitaria municipal, Guadalupe (Santander)*
9. *Mogotes Stéreo, emisora comunitaria municipal, Mogotes (Santander)*
10. *San Vicente Stéreo, emisora comunitaria municipal, San Vicente de Chucurí (Santander)*
11. *Brisa FM, emisora comunitaria municipal, La Merced (Caldas)*
12. *Impacto Stéreo, emisora comunitaria municipal, Villa del Rosario (Norte de Santander)*

El indicador aplicado está conformado por 33 ítems básicos que están distribuidos en seis categorías de análisis que son: Gestión, Capital Social, Articulación Territorial y Ciudadana, Programación, Actividad en Internet e Infraestructura, elementos que permiten medir la rentabilidad social de las radios. La aplicación del indicador se

hace a través de un cuestionario que se va completando por las personas investigadoras a través del diálogo con las radios. Las respuestas dadas a cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario evidencian el quehacer cotidiano de las emisoras.

Tal como lo afirmó uno de los participantes en el ejercicio que se llevó a cabo en Colombia “todos tuvimos la oportunidad de la autocrítica, fuimos con la mayor sinceridad de lo que hacemos, lo que tenemos, algunas evidencias vendrán después, fue interesante, muy pocas veces nos sentamos a mirarnos; lógicamente nos permite madurar más las situaciones que vivimos en las emisoras, los equipos, líneas estratégicas y de vez en cuando revisar nuestro manual de estilo” (2022).

A continuación, el desarrollo de cada una de las categorías abordadas en diálogos con las radios comunitarias.





CATEGORIA 1: GESTIÓN

En esta categoría se abarca la transparencia del medio y cómo facilita a la comunidad información sobre su funcionamiento. Se concentra en valorar el cumplimiento de sus estatutos, en la rendición de cuentas que hace a la ciudadanía y su informe anual de gestión y a la vez en contar con una junta de programación que garantice la diversidad de opinión y la articulación con otros colectivos y organizaciones.

Esta categoría compuesta por cinco preguntas con un valor máximo obtenible en IRSCOM de 25 puntos, estudia como el medio

ha gestionado el funcionamiento interno de la radio, observando el cumplimiento de su misionalidad y a la vez la oportunidad y posibilidad de motivar la participación de diversos actores dentro de la radio que se vean reflejados en su junta de programación.

A continuación, la relación de los ítems que se valoran en esta categoría con su respectiva puntuación.

Tabla 1. Ítems IRSCOM categoría Gestión

TEMÁTICA	No	ÍTEM	BAREMACIÓN
Gestión Máx. 25 Mín. 15	1	¿Cuenta con manual de estilo público y accesible?	Sí = 7 No = 0
	2	¿Existe informe anual de actividades y cuentas publicado y accesible?	Sí = 7 No = 0
	3	¿Tiene Junta de Programación vigente con participación ciudadana? ¿Cuáles de los siguientes colectivos se ven representados en su Junta de Programación Telecomunicaciones, ciencia y tecnología, agrario, cultura, derechos humanos y derecho internacional humanitario, desarrollo comunitario y trabajo voluntario, educación, estatal, ecología y medio ambiente, economía y empleo, educación, emergencia y desastres, género, , infraestructura social y vivienda, infraestructura vial, justicia, cooperativo, participación ciudadana, recreación y deporte, salud y nutrición, saneamiento básico, servicios públicos, transporte, turismo, personas adultas mayores, personas con discapacidad, pensionados, jóvenes e infancia, personas desplazadas y protección social de grupos marginados o minoritarios tales como: personas trabajadoras sexuales, reclusas, indigentes, drogadictas y alcohólicas ¹	No = 0 1 a 3 = 1 4 a 6 = 2 7 a 9 = 3 10 o + = 4 Plus diversidad (2) = Al menos 2 colectivos diferentes: +1 3 o + colectivos diferentes: +1
	4	¿Tiene acuerdos de colaboración vigentes con asociaciones del territorio? ¿Con cuántas?	Ninguna = 0 1 a 2 = 1 3 a 5 = 2 6 o más = 3 Plus diversidad = +1
	5	¿Se alienta a la ciudadanía a que participe y se involucre en la radio a través del teléfono, las ondas, las redes y otros medios?	Sí = 2 No = 0

¹ Categorías establecidas por el Mintic.

El reto de la gestión implica que las radios puedan conformar equipos de trabajo donde se pueda construir colectivamente desde los principios y objetivos de cada radio compartiendo miradas, criterios que los lleve a generar mayor participación e inclusión en su quehacer diario. De las doce radios colombianas cuatro obtienen el puntaje máximo en esta categoría que es 25 puntos, y siete de ellas están por encima de la puntuación mínima para superar el mínimo exigible que son 15 puntos. Estas siete radios están entre los 17 y 24 puntos. Solo una de ellas tiene esta categoría por debajo de la puntuación mínima, dejando ver que sigue siendo una debilidad importante por abordar.

Con respecto a las seis radios andaluzas es una de las categorías donde mayor debilidad se presenta, puesto que cuatro de ellas están por debajo de la puntuación mínima con resultados entre los 10 y 13 puntos. Sólo dos logran estar por encima, aunque ninguna logre el puntaje máximo de los 25 puntos. Estas radios reconocen que dentro de su gestión y toma de decisiones uno de sus principales pilares es la participación ciudadana que les permite descubrir nuevas formas y caminos por recorrer.

En relación a la **Existencia de un manual de estilo que sea público y accesible (1)**, once de las radios colombianas cuentan con el Manual y sus equipos lo conocen y lo tienen en cuenta para su funcionamiento, aunque se reconoce que es importante seguir socializándolo con las personas nuevas que entran a la emisora y con los colectivos y organizaciones que aportan al funcionamiento de la radio. Debido a que es por Ley que las radios deben contar con ese documento según el Decreto 20805 de 2008, no siempre solo la existencia del

documento garantiza que todas las personas que trabajan en la radio lo tengan claro y lo apliquen en su hacer, punto que deja ver la importancia de buscar nuevos mecanismos para socializarlo públicamente y que cada vez sea más reconocido. Todas las radios andaluzas obtuvieron la máxima puntuación en este primer ítem.

En cuanto a la **Rendición de cuentas de su gestión anual (2)**, se identificaba si era accesible y dado a conocer de manera pública. Aunque también por Ley las radios deben dar a conocer de manera anual su gestión, dos de las radios colombianas no cuentan con un informe anual de actividades que evidencie su quehacer. Diez de las colombianas obtienen el puntaje máximo en este ítem debido a que anualmente dan a conocer sus actividades que muestran la planeación, organización y ejecución de sus acciones. En Andalucía, son dos las radios que tienen publicada su memoria, según los criterios del Indicador: *Radio Almaina* y *Onda Color*. El resto de las emisoras obtiene cero puntos en este segundo apartado.

El ítem de **Junta de programación y colectivos que se ven representados en ella (3)** es un punto que deja ver varios aspectos a tener en cuenta, no solo se valora el contar con la Junta sino con la posibilidad de promover la participación ciudadana a través de diversos colectivos u organizaciones y también la diversidad de los mismos en el funcionamiento de la radio. En este aspecto es donde el puntaje máximo que se puede obtener son seis puntos, ocho de las doce radios con las que se trabajó en Colombia obtuvieron el máximo y las otras cuatro estuvieron entre cuatro y cinco, debido a que tienen una participación alta de colectivos diversos con representación de

personas Lgbtiq+, población afro e indígena y perspectiva de género. Las radios andaluzas, en cambio, no obtienen puntuación en este ítem.

Otro de los puntos a tener en cuenta en esta categoría era el de si la radio contaba con **acuerdos de colaboración vigentes con asociaciones del territorio (4)**. En este aspecto algunas radios sostenían que la apuesta no era simplemente pensar en hacer programas de radio sino también en construir procesos comunicativos conjuntos que se vean reflejados en el quehacer de la radio. Es a partir de los procesos que se crean los programas y contenidos de la emisora y esto surge gracias a la participación de diversos colectivos y asociaciones en el pensarse lo que la radio quiere contar. De ahí que en este ítem seis de las radios colombianas cuenten con más de seis acuerdos vigentes con diversas organizaciones y el resto esté entre 3 a 5 acuerdos, lo que las lleva a obtener un puntaje alto en este aspecto. En Andalucía, cuatro emisoras cuentan con seis o más acuerdos;

una tiene entre uno y dos acuerdos; y otra, *Radio Almaina*, ninguno.

Y, por último, en esta categoría se miraba si se **alienta a la ciudadanía a que participe y se involucre en la radio (5)**, aspecto donde las doce radios coinciden en un sí, destacando diversas maneras de hacerlo como son los grupos por WhatsApp, programas en vivo, hacer radio desde la calle y en diversos territorios no solo en la cabecera municipal “sacar la radio del estudio”, línea de teléfono fija, entre otras. Sólo una emisora, la andaluza *Frontera Radio*, quedó sin puntuación en este ítem.

Es clave resaltar el valor de la gestión como la posibilidad de construir a partir de la diferencia, algo que fue un aspecto a resaltar en la aplicación del indicador. Las radios dejan ver como a pesar de ser personas muy distintas en los equipos de trabajo y también con las organizaciones con las que trabajan se sigue construyendo conjuntamente.





CATEGORIA 2: CAPITAL SOCIAL

Debido a que es el medio que mayor cobertura tiene en el país, la radio en Colombia se convierte en una herramienta valiosa para generar procesos de construcción de ciudadanía a partir de la otredad y la diferencia y es desde una categoría como esta, de Capital Social, donde se puede empezar a observar si las radios cuentan con esa construcción a partir de la diferencia en cada uno de sus procesos.

En esta segunda categoría el indicador busca revisar las personas que conforman

el equipo de trabajo de la radio y su manera de vinculación con la emisora y a la vez quiere resaltar la inclusión de personas con alguna discapacidad, de algún grupo étnico o lgbtiq+ dentro del funcionamiento del medio, es decir, cuánto la radio tiene en cuenta enfoques diferenciales dentro de su quehacer. Asimismo, se revisa la oferta formativa que tiene la radio hacia la ciudadanía y la promoción de su participación.

A continuación, se señalan cada uno de los ítems que revisa esta categoría:



Tabla 2. Ítems IRSCOM capítulo Capital Social

TEMÁTICA	No	ÍTEM	BAREMACIÓN
Capital Social Máx. 26 Mín. 15	6	¿Tienen personas vinculadas formalmente a través de contrato laboral o contrato de prestación de servicios? ¿Cuántas? De ellas, ¿cuántas son...? (poner número) - Mujeres (paridad) ____ - Indígenas ____ - NARP ____ - Rrom ____ - Comunidad LGTBIQ+ ____ - Personas con discapacidad ____	Ninguna = 0 1 persona = 1 2 o más = 2 Plus diversidad = +1
	7	¿Hay personas voluntarias que participen diariamente en la gestión? ¿Cuántas? De ellas, ¿cuántas son...? (poner número) - Mujeres (paridad) ____ - Indígenas ____ - NARP ____ - Rrom ____ - Comunidad LGTBIQ+ ____ - Personas con discapacidad ____	Ninguna = 0 1 = 1 2 a 4 = 2 5 o más = 3 Plus diversidad = +1
	8	¿Hay personas delegadas para los procesos formativos, de animación y de participación en la emisora? ¿Cuántas? De ellas, ¿cuántas son...? (poner número) - Mujeres (paridad) ____ - Indígenas ____ - NARP ____ - Rrom ____ - Comunidad LGTBIQ+ ____ - Personas con discapacidad ____	Ninguna = 0 1 = 2 2 o más = 3 Plus diversidad = +1
	9	¿Cuántas personas de la comunidad participan como aliadas o amigas de la radio? (no vinculadas formalmente, sino como base social)	Ninguna: 0 5 a 10 personas: 1 11 a 20 personas: 2 21 a 50 personas: 3 51 o más personas: 4
	10	¿Cuántos colectivos colaboran con la emisora de radio haciendo programas?	Ninguno: 0 1 = 1 2 a 3 = 2 4 a 6 = 3 7 o más = 4
	11	¿Cuántas personas colaboran a título individual en la emisora haciendo programas? De ellas, ¿cuántas son...? (poner número) - Mujeres (paridad) ____ - Indígenas ____ - NARP ____ - Rrom ____ - Comunidad LGTBIQ+ ____ - Personas con discapacidad ____	0 a 1 = 0 2 a 3 = 1 4 a 6 = 2 7 o más = 3 Plus diversidad = +1
	12	¿Cuenta con espacios formativos para la ciudadanía (talleres o cursos)? ¿Cuántos?	Ninguno = 0 1 al año = 2 2 o más al año = 3

Los datos recopilados denotan que se trata de una de las categorías en las que las emisoras colombianas obtienen un puntaje más diverso, puesto que de las doce radios cuatro están por debajo del puntaje mínimo con una calificación entre 7 y 14 puntos, dos radios cumplen con el puntaje mínimo establecido en este aspecto que es de 15 puntos, y las otras seis están entre los 17 y 25 puntos, pero ninguna alcanza el puntaje máximo que es de 26.

Respecto a las radios de Andalucía es una de las categorías con mayor puntuación, cuatro de sus radios están entre 20 a 24 puntos y dos por encima del puntaje mínimo establecido. “Según los datos recabados por COMandalucía, en la categoría de capital social, el número de personas vinculadas que participa en las seis emisoras que componen la muestra asciende a 563 y el de colectivos a 111, aunque no todas las personas se dedican a la transmisión de mensajes radiofónicos. Una minoría (el 8%) forma parte de la gestión de las actividades de la emisora (toma de decisiones, mantenimiento de las infraestructuras, dinamización, formación y organización de talleres, etc)” (El Mohammadiane & Espinar, 2019).

En cuanto a **Personas vinculadas formalmente en la radio (6)**, las doce radios colombianas cuentan con por lo menos una persona vinculada de manera formal y a la vez más de la mitad de ellas tienen dentro de su equipo de trabajo personas indígenas, afro, personas Lgbtiq+ y cumplen con la paridad entre mujeres y hombres. No obstante, la mayoría de las radios resalta la importancia de mejorar en este aspecto, porque las condiciones de contratación a veces son muy precarias y se requiere seguir mirando fuentes de financiación que les permita a

los grupos de trabajo contar con una mayor estabilidad dentro de las radios, puesto que varios de los contratos existentes son de medio o tiempo o con remuneraciones muy bajas. En Andalucía, sólo *Onda Color* obtiene la máxima puntuación, tres emisoras reciben un punto y otras dos no tienen a ninguna persona en plantilla, por tanto, su baremación es igual a cero.

Un punto importante de resaltar en algunas de las radios de Colombia es que su funcionamiento se ve nutrido por el apoyo y aporte de personas **voluntarias (7)** que aportan a la parrilla de programación con diversos contenidos. Sin embargo, es un punto para mejorar y fortalecer puesto que de las doce radios la mitad obtiene 0 puntos, porque no es un aspecto que hayan trabajado lo suficiente, aunque todas coinciden en la necesidad de que es importante tenerlo dentro de sus puntos a mejorar porque es una manera de hacer más activa y reconocida la radio en los diversos territorios en los que se encuentran. En Andalucía, cuatro emisoras tienen la máxima puntuación, el resto obtiene dos puntos.

En relación con si se cuenta con **personas delegadas dentro de la radio para los procesos formativos y de participación (8)**, solo una de las radios de la muestra colombiana no obtiene ningún punto en este ítem y las otras once sí tienen personas delegadas para este aspecto. En algunos casos son personas que se tienen en cuenta por su diversidad y formación que motivan a seguir construyendo desde la otredad y el valor de la diferencia. Todas las emisoras andaluzas tienen al menos una persona destinada para este fin, cuatro de ellas dos o más.

Respecto a si la radio cuenta personas **aliadas o amigas (9)** y **participación de colectivos en su programación (10)**, son dos ítems en el que ninguna de las emisoras se queda sin puntaje debido a que la mayoría de las radios tienen presente la importancia de la construcción de colectividad y de red. Aunque algunas no alcanzan el puntaje máximo en este punto si cuentan ya con avances que dejan ver el interés que tienen de ser radios con sentido de comunalidad. Algunas de ellas hacen parte de alguna red de radios o trabajan en conjunto con emisoras cercanas a los territorios en los que se encuentran.

En el ítem que indaga sobre si hay **personas que a título individual se involucran en los procesos de la emisora (11)**, cinco de ellas obtienen 0 puntos en este aspecto debido a

que resaltan que las personas que colaboran con la radio normalmente hacen parte de alguna colectividad o movimiento y que no es tan frecuente que vayan personas a título personal a proponer algún tema para la radio.

Al mirar si se cuenta con **espacios formativos para la ciudadanía (12)**, ocho de las radios colombianas cuentan con dos o más espacios al año y dos de ellas con uno al año. En Andalucía, la mitad de la muestra tiene dos o más espacios; y la otra mitad al menos uno al año. La formación es para diversos públicos como mujeres, niños, niñas y jóvenes y a la vez distintos temas de formación como pedagogía en democracia, talleres de memoria, saberes ancestrales y también formación en producción y lenguaje radial.



CATEGORIA 3: ARTICULACIÓN TERRITORIAL Y CIUDADANÍA

La “articulación” es un aspecto significativo en IRSCOM, aunque con menor puntuación que “Gestión” y “Capital Social”. No obstante, se tiene presente el gran potencial de las radios comunitarias en los contextos locales y municipales que habita en su capacidad de construir vínculos con las personas inmersas dentro y fuera de sus territorios, pero también en su incidencia en la promoción, consolidación y fortalecimiento de redes comunicativas. De ahí que el ejercicio de su práctica comunicacional posea la posibilidad de aportar al reconocimiento de las organizaciones y colectivos, a la construcción del “nosotros/as” y a la activación de acciones

colectivas que conlleven a potenciar la movilización de los sujetos en el logro de sus asuntos comunes.

En efecto, el tejido social propiciado por la radio comunitaria se constituye a partir de la interacción, interrelación e interaprendizaje entre los sujetos; por supuesto, tarea nada fácil de conseguir, porque es un proceso que requiere de compromiso, responsabilidades conjuntas, seguimiento de los objetivos trazados y los resultados obtenidos, aspectos que caminan entre los intereses individuales y colectivos.

Comprender los procesos sociales, políticos, económicos y culturales que surgen en la dinámica de los territorios, a través de las ondas radiales, confiere a las comunidades la posibilidad de participar y ocuparse de su presente y futuro, lo que en consecuencia contribuye en la formación de ciudadanías críticas y propositivas en capacidad de incidir en la toma de decisiones sobre los asuntos públicos.

De esta manera, se comprenderá en este segmento la pertenencia y participación de las radios comunitarias a redes de

Para alcanzar este grado de incidencia política, los medios deben en primera instancia apostarle al mejoramiento de sus prácticas comunicativas, es por ello que desde el IRSCOM se busca indagar sobre su participación en redes de radios comunitarias en un primer nivel; en redes de medios en general u lazos con otros pares mediáticos en segundo grado; y, por último, también en su articulación con otros colectivos no mediáticos, es decir, de la sociedad civil.

Las doce emisoras comunitarias de la muestra colombiana argumentaron su **“Participación**

Tabla 3. Ítems IRSCOM categoría Articulación Territorial y Ciudadana

TEMÁTICA	No	ÍTEM	BAREMACIÓN
Articulación Territorial y Ciudadana Máx. 10 Mín. 6	13	Participación de las emisoras en redes de radios comunitarias	3 ámbitos= 5 2 ámbitos= 3 1ámbito = 1 Ninguna = 0
	14	Beneficio de la red	1 o + = 2 Sólo Publi. = 0 Ninguna = 0
	15	Participación de la emisora con otras redes (colectivos o asociaciones ciudadanas)	Sí = 1 No = 0
	16	Participación o articulación con otros pares mediáticos de la zona	Sí = 1 No = 0
	17	Organización de eventos o actividades de carácter social por parte de la emisora	Sí = 1 No = 0

medios (locales, regionales, nacionales e internacionales), a redes no mediáticas y su contribución a la cohesión social desde la información de proximidad, tal como se aprecia en la tabla a continuación:

en redes de radios comunitarias” (13), respecto de la cual destacaron su adhesión a iniciativas de comunicación especialmente regionales como: La Red Cooperativa de Medios de Comunicación Comunitarios de

Santander – RESANDER, la Asociación de Radios Comunitarias de Norte de Santander – RADAR, la Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio – AREDMAG, la Asociación Emisoras en Red de Antioquia – ASENRED, la Red de Medios Ciudadanos del Eje Cafetero -RMC- y la Asociación de Medios de Comunicación Indígenas de Colombia Red-AMCIC.

Frente al **“Beneficio de la red” (14)**, con el ejercicio adelantado se pudo percibir que la integración de las radios comunitarias a las redes regionales les permite acceder a formación e intercambio de programas, representatividad en el sector y en menor proporción a pauta publicitaria. Estos beneficios permiten la cualificación de las personas colaboradoras, asimismo, promueve el trabajo colaborativo y la proyección para fomentar la democratización de la comunicación, la sostenibilidad, la identidad y el desarrollo de los territorios, redundando en la calidad de las producciones brindadas a sus comunidades.

A pesar de que las redes son activas al interior con sus afiliados, falta mejorar su integración hacia afuera con otras redes regionales, con el propósito de fortalecer el alcance del sector radiofónico y seguir velando por la función social de los medios comunitarios, pues tal fragmentación los ha llevado a la pérdida de oportunidades.

A nivel nacional, señalan la Mesa Nacional de Radio, la Red de Radios Universitarias de Colombia - RRUC y por supuesto las universidades, en particular las que cuentan con programas de comunicación social – periodismo o carreras afines que aportan a su profesionalización.

En el ámbito internacional, las emisoras comunitarias de las ciudades y la radio de interés público- indígena, hacen énfasis en la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular – ALER y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias -AMARC, que ejercen su rol como voceros de la inclusión, la cooperación, la solidaridad, el respeto, la dignidad humana, entre otros, desde la comunicación.

En el contexto Colombia, seis emisoras obtienen la máxima puntuación en su membresía en redes: esto quiere decir que pertenecen a un mínimo de cuatro redes diferentes y que al menos una de ellas es de ámbito nacional o internacional. También la totalidad de la muestra andaluza. Todas las emisoras colombianas -100%- y cuatro de las seis andaluzas -66,4%- manifestaron ser proactivas con sus redes más allá del intercambio de publicidad.

Otro rasgo representativo es la **Participación o articulación con otros pares mediáticos de la zona (16)**, diez de las doce emisoras han conseguido cooperar con prensa, radio, televisión y TIC, comunitarios, públicos y en contadas oportunidades con medios comerciales.

En cuanto a la **“Participación de la emisora con otras redes (colectivos o asociaciones ciudadanas)” (15)**, con respecto al tejido social construido entre las organizaciones y colectivos no mediáticos, se puede evidenciar una importante riqueza, por cuanto la idiosincrasia de los grupos sociales que permean los imaginarios logra en cierta medida transformar la percepción de la realidad de sus comunidades a través de sus relatos. De momento, diez de las doce emisoras promueven estos lazos.

Las experiencias locales pasan por variados contenidos y públicos, entre las temáticas abordadas por las organizaciones y colectivos se encuentra el arte, la cultura, el cuidado del medio ambiente, la construcción de paz, la memoria, la participación social y comunitaria, entre otros, donde se caracterizan por la formación, creación, apropiación y circulación de conocimientos para niños, jóvenes y adultos.

Algo que puede mejorar la calidad de los vínculos construidos entre las radios comunitarias y sus comunidades tiene que ver con la transmisión de información al aire, es decir, si sus prácticas comunicativas superan las barreras del medio en sí mismo e irrumpen las actividades cotidianas del contexto, es probable que se constituyan otras dinámicas relacionales basadas en la confianza y la cooperación recíproca.

Tal posibilidad interactiva y relacional permitiría el encuentro y el diálogo lejos del micrófono y la cabina para pensarse las problemáticas del contexto. Ello implica trasladar las emisoras fuera de su lógica cotidiana hacia los conflictos locales y territoriales, no solo para emitirlos, también para aportar en su posible gestión. Este acercamiento al territorio de la mano de los habitantes les otorgaría a las radios comunitarias legitimidad social y política. La manera en que se tejen estas relaciones depende de la calidad y la constancia, incluso del reconocimiento y auto reconocimiento que sus miembros posean entre sí mismos y a su vez con el territorio.

Por supuesto, la información que se transmite mediante sus ondas sonoras hace parte de las realidades de sus comunidades y por tanto es relevante su quehacer, pero si logran construir

colectivamente procesos comunicativos centrados en las necesidades poblacionales bien podrían aportar a la consolidación del carácter transformador, pedagógico y heterogéneo de la comunicación comunitaria.

Con relación al ítem, **“Organización de eventos o actividades de carácter social por parte de la emisora” (17)**, sin duda, la concreción de bienes colectivos potencializa la cohesión social, en tal caso durante el ejercicio desarrollado se intentó comprender el sentido de los eventos organizados por las emisoras aquí participantes, en efecto se evidenció que la mayoría de ellos poseen un carácter social. Algunas de sus actividades se encuentran relacionadas con: mercadillos, festivales musicales o folclóricos, seminarios y conferencias destinadas a la participación de la ciudadanía. Con ello se hizo explícito que en los doce casos las emisoras fomentan acciones que pueden ser de autonomía del medio o en apoyo a las entidades públicas (alcaldías, secretarías y gobernaciones) y privadas (empresas, organizaciones religiosas y entidades sin ánimo de lucro ONG etc.,) del municipio o localidad. Dichas labores se planifican para conmemorar o celebrar acontecimientos relevantes para personas propias o ajenas, alrededor de costumbres y tradiciones, fiestas patronales y días especiales (día del Niño y la Niña, la Madre, el Padre, Navidad, entre otros). Todas las emisoras colombianas recibieron un punto en este apartado, mientras que cuatro de las seis andaluzas lo hicieron (no así *Radio Almaina* y *Frontera Radio*).

Lo anterior sugiere que las radios comunitarias en su práctica ejercen como instrumentos para la visibilización del folclor y la promoción de actividades alfabetizadoras, sin embargo, también podrían convertirse en escenarios

donde se configure la materialidad social y la expresividad cultural, es decir, donde cobren sentido los procesos comunicativos a partir del pensarse a sí mismos y en relación con los demás.

En esta categoría, **“Articulación territorial y ciudadana”**, cinco de las emisoras colombianas alcanzaron los 10 puntos equivalentes a la puntuación máxima: la radio de interés indígena: *Payumat*; las radios de ciudades *Vokaribe*; la *Brújula*; *La Esquina Radio*; y la radio comunitaria municipal *Los Andes Stereo*. Hay otras tres que alcanzan una puntuación alta con nueve y ocho puntos respectivamente: *Brisa Fm*; *Impacto Stereo* y *Oriente Estéreo*. En dos casos obtienen una puntuación baja: *Guadalupe Stereo*; y *San Vicente Stereo*. Y dos que no alcanzan el mínimo, son: *Charalá Estéreo*; y *Mogotes Stereo*. En relación con Andalucía, todas las emisoras superan el puntaje exigido estando en la puntuación máxima y alta, así: *Onda palmeras*, *Frontera Radio*, *Radiópolis*, y *Onda Color* con 10 puntos equivalentes a la puntuación máxima; y *Radio Almáida* con 9 puntos e *Hispanidad Radio* con 8 puntos.

Si bien los datos encontrados en estos casos fueron importantes, es ineludible hacer seguimiento a los acuerdos pactados por las emisoras de cara a la mejora continua y a la inclusión de las personas presentes en sus contextos. Abrir franjas en las parrillas de programación orientadas a la participación ciudadana no implica necesariamente el reconocimiento de la otredad o la diferencia, por el contrario se requiere que la radio comunitaria asuma su responsabilidad en la formación de ciudadanías críticas y reflexivas, pues como bien señalaban: *“nosotros como emisoras comunitarias somos una ficha dentro de un rompecabezas en donde cada uno es*

indispensable para poder apreciar el conjunto, si falta alguno estamos incompletos”.

Para concluir esta categoría, se puede agregar que de conformidad con los hallazgos obtenidos en Colombia y España la articulación territorial es un tema prioritario de las radios en los dos países. En este ítem coinciden los medios en la necesidad de impulsar el trabajo en red para compartir generosamente puntos de vista, aprendizajes y esfuerzos comunes para jalonar objetivos y metas conjuntas.





CATEGORIA 4: PROGRAMACIÓN

La “Programación” es una de las categorías que mayor puntuación recibe en IRSCOM, pues es el producto final, el que llega a la población, aunque esté completamente condicionado por la necesidad de tener un buen puntaje en el resto de los campos. Este segmento analiza la tipología y frecuencia de los programas producidos y emitidos desde el ente, identificando la atención prestada a aquellos

locales o de proximidad, a la diversidad temática y a la calidad de los programas, así como a la inclusión y participación social que se refleja en sus parrillas de programación.

En este apartado se evalúan ocho ítems, tal y como se refleja en la tabla siguiente, junto con las puntuaciones:

Tabla 4. Ítems IRSCOM categoría Programación

TEMÁTICA	No	ÍTEM	BAREMACIÓN
Programación Máx. 40 Mín. 26	18	Informativo local	Diario = 5 Semanal = 3 Ocasional = 1 No se realiza = 0
	19	Horas totales (incluyendo informativo) de contenido local a la semana	Ninguna = 0 1 a 3 = 1 4 a 7 = 3 8 o + = 5
	20	Variedad temática de la programación	0 a 1 temáticas = 0 2 a 4 = 3 5 a 7 = 5 8 o + = 7
	21	Programas dedicados a música no comercial	Sí = 3 No = 0
	22	Programas aportados/tomados a/de redes radiofónicas	Sí aporta = 3 No = 0 Sí toma = 3 No = 0
	23	Realización de radio en la calle	Sí = 3 No = 0
	24	Contenidos en lenguas originarias o autóctonas	Sí = 3 No = 0
	25	Programas dedicados a enfoques diferenciales (mujeres, personas indígenas, NARP, Rrom, LGTBIQ+, con discapacidad)	Sí = 5 No = 0

Los contenidos locales y de proximidad son uno de los buques insignia de las radios comunitarias y un elemento identificador de un medio que se preocupa y ocupa en generar contenidos que afectan e interesan a la comunidad de su territorio de cobertura. Junto con el **“Informativo local” (18)**, IRSCOM entiende por **“Contenido local” (19)**, aquellos programas que están realizados por y/o para la población del área de cobertura, ya sea sobre actualidad, problemáticas que les afectan, debates, cultura u otras. En definitiva, cualquier programa donde primen los contenidos de proximidad con el territorio. Se excluye aquí: la música de continuidad o automatizada (no así los programas sobre músicas autóctonas) y las conexiones con otras radios de cobertura más amplia.

Nueve de las doce radios de la muestra en Colombia cuentan con informativo diario; una de ellas cuenta con informativo semanal y otras dos radios con informativos ocasionales. Once radios tienen la máxima puntuación en este indicador, por tener ocho o más horas de contenido local a la semana; sólo *La Brújula* está por debajo de las tres horas de emisión de programación local a la semana. En Andalucía, sólo el 50% de la muestra realiza informativo local diario, la otra mitad no lo tiene, aunque todas ellas cuentan con las horas de contenido local requeridas a la semana.

Las emisoras comunitarias deben ser referentes a la hora de abarcar una diversidad temática que contribuya a generar sociedades más justas, participativas, democráticas, ecológicas, feministas, inclusivas e informadas de todos los campos que afectan a la vida social. Este interés se ve traducido en una variedad de programas, cuya presencia también es indicador de las relaciones de la emisora con los colectivos del territorio. A mayor variedad,

mayor puntuación, siempre que las temáticas respeten los valores éticos que mueven a este tipo de radios. En la categoría **“Variedad temática de la programación” (20)**, se alcanza la puntuación máxima (siete puntos) cuando existe una diversidad igual o mayor a ocho temáticas. Todas las emisoras del estudio obtienen la baremación más alta para este campo, a excepción de la colombiana Brisa FM, con una valoración media.

Relacionado con la variedad temática, el ítem sobre **“Programas dedicados a música no comercial” (21)**, mide la capacidad de las emisoras de trabajar con la música como tema de aprendizaje y vinculación cultural con el territorio, pudiendo dar cabida a grupos o bandas locales para que promocionen sus habilidades, o bien a la realización de programas que expliquen la historia y la cultura de los diferentes tipos de música del mundo. En ningún caso se valorará en este ítem la música de continuidad, ya sea “comercial o de listas de éxitos”, clásica o local/folklórica. De la muestra colombiana, siete emisoras -58,1%- cuentan con programas musicales de este perfil; de la muestra andaluza, todas las radios los tienen.

Un indicador evidente del nivel de colaboración proactiva en una red es el hecho de emitir programas procedentes de otras emisoras o redes radiofónicas, y de ofrecer formatos propios para que sean usados por otras radios. IRSCOM otorga tres puntos por **“Aportar o emitir programas procedentes de otras emisoras/redes” (22)**. La totalidad de las emisoras colombianas evaluadas emiten programas procedentes de redes, sin embargo, sólo seis colaboran aportando contenidos propios en red. Es la misma casuística que en Andalucía, donde todas toman contenidos, pero sólo la mitad aporta.

Respecto al ítem 23, “**Hacer radio en la calle**”, todas las radios de la muestra lo cumplen. Sacar la radio a la calle es sinónimo de algunas de las características fundamentales que un medio comunitario debe cumplir: articulación con el territorio, fomento de la participación ciudadana e información/contenidos locales.

En el contexto de Colombia, se introducen dos ítems que no se plantearon en su implementación en Andalucía¹⁰, es la presencia de “**Contenidos en lenguas originarias o autóctonas**” (24), y los “**Programas dedicados a enfoques diferenciales**” (25), valorados con un máximo de tres puntos el primero, y cinco el segundo. La importancia de ambos ítems deviene de la atención prestada por IRSCOM-Colombia a los enfoques diferenciales en su programación. En cuanto a las lenguas originarias, sólo dos: *La Esquina Radio* y *Payumat*, esta última de interés indígena, contemplan contenidos de este tipo. Los enfoques diferenciales no forman parte de la programación en *La Brújula*, *Charalá*, *Los Andes*, *Guadalupe* y *Mogotes Stereo*. Son *Payumat*, *Oriente Estéreo*, *La Esquina Radio* y *San Vicente* las cuatro radios que obtienen la máxima puntuación en este apartado de enfoques diferenciales, ocho puntos, seguidas de *Brisa FM*, con siete, y con seis puntos *Vokaribe* e *Impacto Estéreo*.

En todo el campo de programación la fuente de verificación es una parrilla de programación completa, correctamente construida, en la que, además de los nombres de los programas, aparezcan definiciones y

las personas o colectivos encargadas de la realización de estos.

En el capítulo de “**Programación**”, sólo dos emisoras alcanzan los 40 puntos equivalentes a la puntuación máxima: la radio de interés indígena: *Payumat*; y la radio andaluza: *Onda Color*. Hay cuatro radios colombianas que no alcanzan el mínimo, son: *Brújula*, con 25; *Charalá*, con 23; *Guadalupe*, con 23; y *Mogotes*, con 21. El resto oscilan entre 26 y 37 puntos. En Andalucía, por el contrario, todas lo superan, sólo *Onda Palmeras* se sitúa en el límite de los 25 puntos, mientras que el resto obtienen entre 35 y 38 puntos.

La “Programación” es el capítulo rey de IRSCOM, pues es el producto final que llega a la ciudadanía, el que demuestra y da fe de la rentabilidad social del medio. En este campo todas las emisoras destacan por su variedad temática, así como por hacer radio en la calle. Existe una diferencia entre Colombia y Andalucía, que hace que las emisoras colombianas cuenten con mejores puntuaciones en los ítems relacionados con contenidos locales y de proximidad, esto en parte se puede explicar por el rol de emisoras municipales que adoptan muchas de las radios comunitarias del país andino. Cabe destacar en este campo la importancia de que IRSCOM sea capaz de valorar la inclusión de lenguas autóctonas no mayoritarias y de enfoques diferenciales, algo que debería extenderse a su aplicación más allá de Colombia, como pilar fundamental de la rentabilidad social de un medio.

¹⁰ En Andalucía, el indicador planteaba en un principio en el capítulo de Programación los programas realizados por colectivos y por personas colaboradoras a título individual. Posteriormente se decidió pasar estos ítems a la parte de Capital Social, donde quedaron como los números 10 y 11, respectivamente.



CATEGORIA 5: ACTIVIDAD EN INTERNET

Para esta categoría fue necesario comprender las dinámicas propias de conectividad en el país, reconociendo la complejidad geográfica que reduce la presencia de internet en las regiones, la limitada infraestructura de telecomunicaciones (especialmente en las zonas rurales), la falta de recursos económicos para acceder al servicio, y no menos importante, la alfabetización digital.

Claramente estos elementos no son responsabilidad directa de las emisoras comunitarias, pero si pueden afectar y condicionar su accionar, además de limitarles su adaptación al cambio tecnológico en plena era digital. Así mismo, la carencia de este servicio les resta oportunidades para ser

vistos y llegar a otros públicos, reduciendo su margen de acción y su capacidad para rastrear y presentarse a convocatorias públicas y privadas.

“Presencia en Internet” es una de las categorías que menos puntuación tiene en IRSCOM, junto con “Infraestructura”, por motivaciones anteriormente expuestas. El apartado de Internet evalúa la cobertura informativa presente en las plataformas y redes sociales virtuales, así como el grado de actualización, dinamización y participación en las mismas. En definitiva, la capacidad de acceso, uso y adaptación a las tecnologías digitales.

Tabla 5. Ítems IRSCOM categoría Actividad en Internet

TEMÁTICA	No	ÍTEM	BAREMACIÓN
Actividad en Internet Máx. 7 Mín. 5	26	Página web o blog actualizados	Sí = No = 0
	27	Redes sociales virtuales activas	2 o + = 2 Al menos 1 = 1 Ninguna = 0
	28	Emisión online (streaming)	Sí = 1 No = 0
	29	Podcast o programas a la carta	Sí = 1 No = 0

Para el ejercicio de aplicación del Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) se hizo necesario incluir una pregunta extra al cuestionario sólo en el caso de Colombia, una pregunta de contextualización (no puntuable), es la siguiente: *¿El territorio donde opera la emisora tiene infraestructura que permita la conectividad a Internet?* Dicho interrogante les permitió a las y los integrantes de las emisoras comunitarias de los diferentes departamentos cuestionarse si en el territorio donde opera la radio cuentan con infraestructura que les permita el servicio, pregunta que no se realizó para el caso de Andalucía, puesto que las dinámicas de conectividad y brecha digital son muy diferentes, debido a que el despliegue de redes es mucho mayor en España.

Lo antes señalado, demuestra una gran diferencia sobre este punto en la relación Colombia – España, sin embargo, las doce emisoras participantes para el caso colombiano expresaron contar con conexión a internet, es decir, el 100%, aunque la estabilidad de la red y la velocidad no es óptima, dificultando en ocasiones el acceso y la alimentación de contenido como lo expresaron las personas integrantes de las emisoras de las ciudades *La Esquina Radio* (Medellín-Antioquia), *Vokaribe Radio* (Barranquilla- Atlántico) y la *Emisora Brújula* (Bucaramanga- Santander), situación que se hace aún más compleja en algunos municipios.

Hoy en día las tecnologías digitales ofrecen muchas posibilidades de auto proyección y vinculación social virtual. Sin embargo, no siempre es posible para las radios contar con acceso a Internet si éste no llega a su zona de trabajo. Diversas emisoras en Colombia expresaron sus dificultades en este sentido. Por supuesto, la no disponibilidad de red en

un territorio es una carencia estructural que no está en manos de la emisora solucionar. Es por ello por lo que IRSCOM no evalúa este ítem de manera numérica, pero sí se trata de una información cualitativa importante.

El primero de los ítems (baremable) en este campo es si la emisora cuenta con **“Página web o blog actualizados” (26)**, ocho de las doce emisoras colombianas respondieron de manera afirmativa y únicamente cuatro señalaron que no. Una web en términos óptimos debe incluir todos aquellos documentos, además de la parrilla de programación, que contribuyan a otorgar transparencia a la gestión de la radio. Es importante destacar que la periodicidad en la cual renuevan sus contenidos es muy variada, puesto que en algunos casos es diaria, semanal, quincenal o mensual, esto depende de las apuestas internas de cada medio de comunicación comunitario, la relevancia de la información a publicar y la calidad de la conexión.

En el ítem **27** sobre **“Redes sociales virtuales activas”**, IRSCOM valora la capacidad de estos perfiles para conectar con la población, especialmente con aquella oriunda del territorio que, por motivos diversos, se encuentra lejos de su municipio. Los perfiles no sólo deben existir como tales, sino que, además, deben mantenerse activos, actualizados, dinamizados y conectados con la emisora, con sus objetivos y programación.

Para nadie es un secreto el protagonismo que reportan en la actualidad las redes sociales virtuales, este fenómeno lleva precisamente a vincular este tipo de plataformas en los procesos existentes de la radio comunitaria, permitiendo mayor interacción con la ciudadanía que se encuentra presente

dentro y fuera de la región. La más utilizada de acuerdo con las y los representantes de los medios fue *Facebook*, ya que el 100% confirmó su manejo, seguida por *Instagram*, *Twitter* y *YouTube* respectivamente y en menor medida *Tik Tok*.

El “**Streaming**” (28) consiste en replicar la programación de la radio vía Internet al mismo tiempo que se emite por las ondas radiofónicas. Esto permite que la radio amplíe su espectro de oyentes más allá de su zona de cobertura, lo que puede traducirse en un altavoz ampliado de denuncias, problemáticas y también de intereses compartidos con otros territorios. Asimismo, como en ítems anteriores, sirve para acercar el territorio a personas que están lejos de él. Las doce emisoras comunitarias logran incorporar las emisiones vía streaming gracias a implementar el uso de la página web y las redes sociales, de esta manera, amplían su cobertura y número de oyentes, permitiéndoles estar enterados de todos los pormenores que acontecen en sus comunidades.

Respecto a los “**Podcast**” (29), entendemos como tales los programas radiofónicos que se enlatan para poder ser consumidos a la carta, de forma asincrónica. Pueden subirse a la web propia de la radio o bien a plataformas de almacenamiento como *Ivoox*; ser los mismos programas emitidos por ondas en la emisora o tratarse de contenidos exclusivos más elaborados. Sean reemisiones o exclusivos, tenerlos se valora con un punto.

En cuanto a la producción de podcast, nueve emisoras lo utilizan y tres no. La generación de programas radiofónicos a la carta o podcast les da a sus audiencias la posibilidad de seleccionar según sus gustos y necesidades los programas de manera asincrónica,

permitiéndoles ajustarse a sus tiempos, además de apreciar temáticas en profundidad y con un alto grado de elaboración, esto último, lleva a que muchas de las personas integrantes del medio adquieran nuevas habilidades y destrezas tecnológicas que les permitan estar a la vanguardia de la radio que orbita entre lo análogo y claramente lo digital.

Un total de ocho de las doce emisoras colombianas – 66,4%- de la muestra cuentan con página web actualizada (cuatro no tienen); diez – 83%- tienen dos o más perfiles en redes sociales virtuales; las otras dos cuentan con un solo perfil; las doce emisoras -100%- cuentan con emisión en *streaming*; y nueve de ellas -74,7%- cuelgan podcast o programas a la carta en portales web. Por su parte, de las seis emisoras andaluzas, cuatro – 66,4%- cuentan con web actualizada; el 100% tiene varios perfiles actualizados en redes sociales virtuales; todas menos *Frontera Radio* -83%- cuentan con emisión en *streaming*; y el 100% cuelga pódcast en su web u otros portales.

Destaca en el campo de “**Actividad en Internet**” el elevado número de emisoras en ambos territorios que alcanzan la puntuación máxima: siete puntos. Lo hacen así siete de las doce emisoras colombianas -58,1%: *Oriente Estéreo*, *Vokaribe*, *La Esquina*, *Charalá*, *Los Andes*, *Brisa FM* e *Impacto Stéreo*. Y el 50% de las emisoras andaluzas: *Onda Palmeras*, *Radio Hispanidad* y *Radio Almaina*. Cuatro radios -33,2%- no alcanzan el mínimo exigido en Colombia (*Brújula*, *Guadalupe*, *Mogotes* y *San Vicente Stéreo*), y tres -49,8%- no lo hacen en Andalucía (*Frontera*, *Radiópolis* y *Onda Color*).

Pese a las dificultades con que cuentan las emisoras en Colombia respecto a las andaluzas para disponer de una conexión

óptima a Internet, ambos territorios obtienen puntuaciones similares en este capítulo. Algo similar ocurre con la infraestructura (capítulo a continuación), donde un 83% de las emisoras andaluzas manifestaron considerarlo como completo frente al 33,2% de las colombianas.

Esta etapa que atraviesa hoy día la radio comunitaria demuestra uno de los tantos desafíos que debe afrontar y que consiste en integrar a su quehacer las tecnologías de la información y las comunicaciones TIC, actividad que les permite ampliar su margen de acción como se ha podido apreciar con antelación.

Habría que decir también, que esta incorporación de lo análogo a lo digital abre la puerta a nuevas formas de producción, por tanto, se requiere de equipos, hardware, software y conocimientos para su manipulación, y, en consecuencia, reaparece la preocupación por los asuntos económicos. Igualmente, surgen otros públicos, que solicitan de innovación en formatos y narrativas, los cuales generan distintas formas de interacción entre medio - oyente, oyente - medio y oyente - oyente. Pero dada la apropiación de los profesionales de la comunicación en las emisoras podría decirse que el proceso va por buen camino, sin olvidar que las tecnologías solo son una herramienta y no son la panacea.

A su vez, vale la pena destacar que Colombia requiere continuar en el fortalecimiento de las radios análogas y su debida asignación y renovación de licencias, porque la cobertura a internet es todavía inconclusa y no cubre la totalidad del país, muestra de ello es la ley 2108 denominada "Ley de Internet como Servicio Público Esencial y Universal" aprobada el 29 de julio de 2021.

Indiscutiblemente, lo no negociable en las radios comunitarias es su proyecto comunicativo donde su eje central está en apoyar y acompañar los procesos sociales y fortalecer la participación y la construcción de ciudadanía para garantizar el derecho a la comunicación. Como se apreció en las categorías de Gestión, Capital Social y Articulación Territorial en donde la preocupación reside en el cumplimiento del manual de estilo, en propender por una junta de programación con real participación ciudadana en la que los colectivos representen los diversos sectores y se colaboren mano a mano de manera comprometida y le apunten al desarrollo local y regional, a través del establecimiento de redes y tejido social.

Finalmente, se busca una actividad en internet que involucre a la comunidad como audiencia u oyentes, pero sobre todo como productora de realidades y sentidos.





CATEGORIA 6: INFRAESTRUCTURA

Junto con “Actividad en Internet”, el capítulo de “Infraestructura” es uno de los que menos puntuación IRSCOM recibe, esto se debe a que, en la mayoría de los casos, tener una buena presencia online y un buen equipamiento no depende directamente de la actividad de la emisora, aunque sí puede estar condicionada por su capacidad para conocer y presentarse a convocatorias y proyectos de líneas de ayudas y estímulos WWWeconómicos. El capítulo de Infraestructura permite contemplar el equipamiento y las características del espacio en el que se desenvuelve la emisora.

otras, en función de sus necesidades. Es por esto por lo que IRSCOM deja que sean ellas mismas las que valoren si los medios con los que cuentan son muy deficientes, deficientes, básicos o completos. Cuatro -33,2%- emisoras colombianas y cinco -83%- andaluzas consideraron sus medios como “completos”, el resto de las emisoras colombianas como “básicos”; y una emisora andaluza como “deficiente”.

Contar con mayor “**Número de estudios**” (31), es un buen indicador ya que mientras

Tabla 6. Ítems IRSCOM categoría Infraestructura

TEMÁTICA	No	ÍTEM	BAREMACIÓN
Infraestructura Máx. 12 Mín. 7	30	Equipamientos/medios técnicos de la emisora	Completo = 4 Básico = 3 Deficiente = 1 Muy deficiente = 0
	31	Número de estudios	2 o + = 3 0 o 1 = 0
	32	Sala de producción/redacción	Sí = 3 No = 0
	33	Salas para formación (aulas), reuniones u otras actividades	Sí = 2 No = 0

El ítem “**Equipamientos técnicos de la emisora**” (30), valora los medios con que cuenta el medio para realizar su trabajo. Las radios son diversas y con necesidades técnicas muy diferentes. Contar con dos micrófonos y una mesa de mezclas puede ser básico para unas y muy deficiente para

en uno se puede estar emitiendo en directo en el otro se pueden estar preparando otros programas, tanto por el personal propio como por las personas o colectivos colaboradores. Tener un solo estudio no suma puntos pues es lo mínimo que toda radio necesita para desempeñarse. En el caso de la “**Sala de**

producción o redacción” (32), sin embargo, es suficiente con tener al menos una, pero fundamental contar con ella. Es el área que sirve para realizar trabajos previos a la emisión radiofónica, tales como: la realización de llamadas telefónicas, la preparación de programas, la redacción de los guiones, la organización de los contenidos y el diseño de las parrillas, entre otras. Contar con ella se valora con tres puntos.

De las radios colombianas, cinco cuentan con dos o más estudios; el resto sólo tienen uno. El mismo número que las andaluzas: cinco tienen más de un estudio, y *Radio Almaina* sólo uno. En cuanto a la sala de producción, cinco de las doce emisoras colombianas no cuentan con ella; y todas las emisoras, salvo *Onda Palmeras*, la tienen. El último ítem del Indicador es el de las **“Áreas para formación (aulas), reuniones y otras actividades” (33)**, que hace alusión a aquellas salas independientes donde se realizan cursos o actividades al margen de la programación. Esto es muy enriquecedor de cara a la articulación, formación y fomento de la participación con personas y colectivos del territorio. Contar con ella, por tanto, se valora positivamente. Ocho de las radios en Colombia y cuatro de las andaluzas cuentan con un espacio de este tipo.

Las fuentes de verificación requeridas a las emisoras para la evaluación en este campo fueron documentos fotográficos de su equipamiento y sus zonas de trabajo.

En resumen, existen carencias claras en infraestructura en las emisoras colombianas, cinco de las doce -41,5%- se encuentran muy por debajo del mínimo exigido, mientras que sólo dos: *Radio Payumat* y *Charalá Stéreo*, llegan al máximo. En Andalucía, sin embargo, las condiciones de equipamiento son más

favorables: dos de las seis emisoras alcanzan el máximo, mientras que ninguna de ellas está por debajo de los mínimos exigidos por IRSCOM.

Datos generales Colombia-Andalucía para un mayor contexto

En la categoría de **“Gestión”**, todas las emisoras colombianas alcanzan la mínima (establecida en los 15 puntos) salvo la emisora de interés indígena: *Radio Payumat*, con sólo diez. Cuatro de ellas - 33%- llegan al máximo (25 puntos): *Oriente Stéreo*, *Vokarive*, *La Esquina Radio* y *Los Andes Stéreo*. Les siguen con 24 puntos las emisoras: *La Brújula*, *Brisa FM* e *Impacto Stéreo*; *Charalá* y *Mogotes Stéreo* con 23 puntos; y *Guadalupe Stéreo* con 22. En último lugar está *San Vicente Stéreo*, con una puntuación de 17.

En Andalucía, ninguna emisora alcanza la máxima puntuación (25 puntos), la más elevada es *Onda Color*, con 22 puntos, seguida de *Radio Almaina*, con 19. El resto de la muestra -66%- no supera la mínima exigida: *Hispanidad Radio* y *Radiópolis* con 13 puntos; *Onda Palmeras* obtiene 11 y *Radio Frontera* sólo diez, coincidiendo con la puntuación más baja en Colombia, la obtenida por la radio de interés indígena.

En cuanto al **“Capital Social”**, ninguna de las emisoras llega a alcanzar la máxima puntuación (26 puntos), ni en Colombia ni en Andalucía. Sin embargo, mientras que en Andalucía todas las radios de la muestra se encuentran por encima del mínimo establecido (15 puntos), en Colombia un total de cuatro radios - 33%- no logran alcanzarlo, son *Radio Payumat*, *La Brújula*, *Guadalupe* y *Mogotes Stéreo* (con 14; 14; 12; y siete puntos, respectivamente). Muy cerca del

máximo de 26 puntos queda *Oriente Estéreo*, con 25, seguida de *La Esquina Radio*, con 22, e *Impacto Stéreo*, con 21. Con menor puntuación están *Vokaribe* (19), *Charalá* y *Brisa FM* (17). Justo en el límite de los 15 puntos tenemos otras dos emisoras: *Los Andes* y *San Vicente Stéreo*.

En Andalucía, por su parte, con todas las emisoras por encima del mínimo, una de ellas, *Onda Color*, roza la puntuación máxima con 24, seguida de *Radiópolis* y *Radio Almaina*, con 21; y *Onda Palmeras* con 20. *Hispanidad* y *Frontera Radio* obtienen 18 y 17 puntos, respectivamente.

La “**Articulación territorial y ciudadana**” ofrece buenos resultados en ambos

territorios. En Colombia, cinco emisoras -41,5%- obtienen la máxima puntuación (diez puntos), mientras que en Andalucía lo consiguen cuatro -66,4%. Las emisoras que obtienen la máxima puntuación en este campo son: *Payumat*, *Vokaribe*, *Brújula*, *La Esquina* y *Los Andes Stéreo* (Colombia); *Onda Palmeras*, *Frontera Radio*, *Radiópolis* y *Onda Color* (Andalucía).

En Colombia dos emisoras no consiguen alcanzar el mínimo (seis puntos): *Charalá* y *Mogotes Stéreo*, con cinco y cuatro puntos respectivamente; en Andalucía, en cambio, todas las emisoras se encuentran por encima de este umbral.

Tabla 7. Resultados IRSCOM Colombia¹

	étnicas		ciudad capital			comunitarias municipales						
	Payumat	Oriente	Vokaribe	Brújula	Esquina	Charalá	Andes	Guadalupe	Mogotes	San Vicente	Brisa	Impacto
Gestión	10	25	25	24	25	23	25	22	23	17	24	24
Capital social	14	25	19	14	22	17	15	12	7	15	17	21
Art. Territorial y ciudadana	10	8	10	10	10	5	10	6	4	6	9	9
Programación	40	37	31	25	36	23	26	23	21	31	31	32
Actividad en Internet	6	7	7	4	7	7	7	4	2	2	7	7
Infraestructura	12	5	3	11	3	12	11	9	5	9	9	3
TOTAL	92 Alta	107 Máxima	95 Alta	88 Media	103 Máxima	87 Media	94 Alta	76 Media	76 Media	80 Media	97 Alta	96 Alta

Fuente y elaboración: LabCOMandalucía, 2022

¹ Leyenda de la tabla: En azul puntuaciones máximas; en rojo aquellas que no alcanzan el mínimo.

Tabla 8. Resultados IRSCOM Andalucía

	Palmeras	Frontera	Hispanidad	Radiópolis	Almaina	Color
Gestión	11	10	13	13	19	22
Capital social	20	17	18	21	21	24
Art. Territorial y ciudadana	10	10	8	10	9	10
Programación	26	36	35	36	38	40
Actividad en Internet	7	4	7	4	7	4
Infraestructura	7	12	10	12	9	10
TOTAL	81 Media	89 Media	91 Alta	96 Alta	103 Máxima	110 Máxima

Fuente y elaboración: LabCOMandalucía, 2022

En el capítulo de “**Programación**”, sólo dos emisoras alcanzan los 40 puntos equivalentes a la puntuación máxima: la radio de interés indígena: *Payumat*; y la radio andaluza: *Onda Color*. Hay cuatro radios colombianas que no alcanzan el mínimo, son: *Brújula*, con 25; *Charalá*, con 23; *Guadalupe*, con 23; y *Mogotes*, con 21. El resto oscilan entre 26 y 37 puntos. En Andalucía, por el contrario, todas lo superan, sólo *Onda Palmeras* se sitúa en el límite de los 25 puntos, mientras que el resto obtienen entre 35 y 38 puntos.

Destaca en el campo de “**Actividad en Internet**” el elevado número de emisoras en ambos territorios que alcanzan la puntuación máxima: siete puntos. Lo hacen así siete de las doce emisoras colombianas -58,1%-: *Oriente Estéreo*, *Vokaribe*, *La Esquina*, *Charalá*, *Los Andes*, *Brisa FM* e *Impacto Stéreo*. Y el 50% de las emisoras andaluzas: *Onda Palmeras*, *Radio Hispanidad* y *Radio Almaina*. Cuatro radios -33,2%- no alcanzan el mínimo exigido

en Colombia (*Brújula*, *Guadalupe*, *Mogotes* y *San Vicente Stéreo*), y tres -49,8%- no lo hacen en Andalucía (*Frontera*, *Radiópolis* y *Onda Color*).

Existen carencias claras en Infraestructura en las emisoras colombianas, cinco de las doce -41,5%- se encuentran muy por debajo del mínimo exigido, mientras que sólo dos: *Radio Payumat* y *Charalá Stéreo*, llegan al máximo. En Andalucía, sin embargo, las condiciones de equipamiento son más favorables: dos de las seis emisoras alcanzan el máximo, mientras que ninguna de ellas está por debajo de los mínimos exigidos por IRSCOM.

En cuanto a las valoraciones finales (Gráficos 1 y 2), dos emisoras colombianas y dos emisoras andaluzas alcanzaron una valoración máxima establecida entre 100-120 puntos en IRSCOM: *Oriente Stéreo* (107) y *La Esquina Radio* (103) en Colombia; *Onda Color* (110) y *Radio Almaina* (103) en Andalucía, lo que

Gráficos 1 y 2. Valoraciones finales IRSCOM en Colombia y Andalucía



Fuente y elaboración: LabCOMandalucía, 2022

supone un 17% y un 34% de cada una de las muestras, respectivamente.

La mayoría de las emisoras colombianas, un 42%, obtienen una valoración alta en IRSCOM, es decir, se sitúan entre 90-99 puntos, así como el 33% de las andaluzas. Son las siguientes: *Brisa FM* (97), *Impacto Stéreo* (96), *Vokaribe* (95), *Los Andes Estéreo* (94), y *Payumat* (92); *Radiópolis* (96) e *Hispanidad Radio* (91).

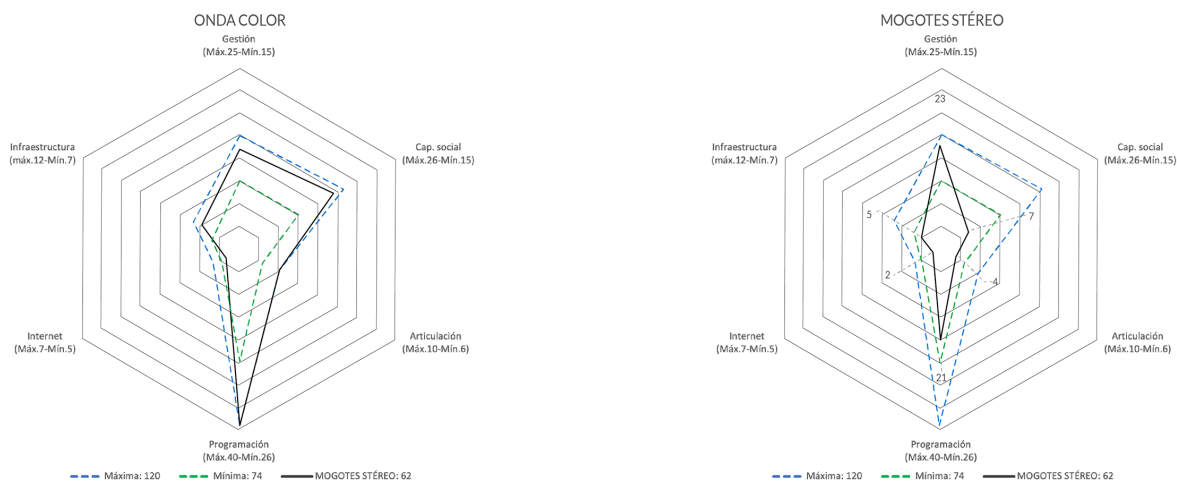
Cuatro radios colombianas se sitúan en la horquilla media, 74-89 puntos, son: *La Brújula* (88), *Charalá Stéreo* (87), *San Vicente Stéreo* (80) y *Guadalupe Stéreo* (76). Las dos

emisoras restantes de las andaluzas se sitúan también en este rango: *Frontera Radio* (89) y *Onda Palmeras* (81). Ello equivale a un 33% de la muestra en Colombia y a un 33% en Andalucía.

Sólo una emisora de ambas muestras no logra alcanzar el nivel de media exigido por IRSCOM, ésta es *Mogotes Stéreo* que, con 62 puntos, obtiene una valoración baja (60-73 puntos), lo que constituye un 8% de la muestra colombiana. Ninguna emisora está por debajo de los 60 puntos, por lo tanto, no se han otorgado valoraciones “muy bajas” en esta muestra.



Gráficos 3 y 4. Gráficos IRSCOM de emisoras con puntuación más alta/más baja de la muestra (Onda Color/Mogotes Estéreo)



Fuente y elaboración: LabCOMandalucía, 2022

Cada uno de los seis vértices de la línea discontinua de color azul refleja la puntuación máxima obtenible en cada capítulo IRSCOM, tal y como indica la leyenda; los vértices de la línea verde representan el mínimo exigible en cada uno de los seis capítulos. La línea negra es la puntuación obtenida por la emisora evaluada. Cuanto más se acerca la línea negra al color azul, más elevada será su

puntuación (habiendo alcanzado el máximo si el negro se superpone al azul); si la línea negra se encuentra entre los colores azul y verde habrá superado la mínima IRSCOM; aquellos vértices que se sitúen por dentro del dibujo verde representan campos no superados y, por tanto, con puntuaciones por debajo de las mínimas exigidas en rentabilidad social.

Conclusiones

Realizar este tipo de ejercicios que permiten que las radios se miren, escuchen, intercambien y aprendan una de las otras según sus prácticas y contextos genera un diálogo enriquecedor para cada experiencia debido a que se muestran otras realidades, formas de hacer y construir conjuntamente, y a la vez nuevas o distintas narrativas para contar y relatar la realidad de sus territorios, aspectos que las lleva a pensar el valor de lo incluyente y participativo. Conocer lo que otras personas están haciendo abre la posibilidad de pensarse nuevos caminos para crear otras maneras de hacer sus ejercicios comunicativos y de cómo construir colectivamente.

Asimismo, la aplicación de este indicador dejó ver la necesidad urgente que tienen las radios de desaprender ciertas prácticas y formas que no aportan a la construcción de ciudadanía y que por el contrario pueden romper la construcción del tejido social. La cuestión no es que las radios se sientan evaluadas a la hora de aplicar el indicador, sino que se pueda ver como una oportunidad de crecimiento y proyección para ajustar algunas tuercas en las formas que vienen trabajando con el objetivo de no perder el propósito central que es el aporte a la construcción de ciudadanía y de un país mejor.

En definitiva, este es un proceso de autorreflexión que aporta no sólo a las dinámicas internas y externas de las radios comunitarias, sino que también permite reafirmar el potencial del trabajo en red y resalta la relevancia de continuar en la consolidación de las radios comunitarias como un sector con presencia, representación y alcance en el territorio.

Por otro lado, la aplicación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) abre también la posibilidad a pensarse y a proyectarse la revisión, reestructuración y propuesta de políticas públicas acordes a las nuevas necesidades y prácticas comunicativas de las radios comunitarias y en general de los medios de comunicación comunitarios en Colombia y en los diversos países y territorios donde se quiera aplicar.

Finalmente, dar a conocer los resultados de la aplicación del IRSCOM en las radios comunitarias de Colombia y Andalucía, más que comparar y contrastar, busca conocer sus apuestas desde los contextos y realidades propias, además de aprender de manera conjunta de una experiencia tan importante como es la radio comunitaria.

Referencias

Baudrillard, J. (2003). *Gestión Integral de la radio comunitaria*. FES /Promefes. Quito.

Chaparro- Escudero, Manuel; Espinar-Medina, Lara; López-Gómez, Sara (2022) “La reforma de la Ley General de la Comunicación Audiovisual Española 7/2010 y las recomendaciones de la Directiva Europea 2018/1808». Análisis crítico desde propuestas participativas. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, Vol. 4 (16).

Chaparro-Escudero, Manuel; Gabilondo-García, Victoria; Espinar-Medina, Lara (Coord.) (2019): *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿quién nos cuenta el cuento? Indicadores de rentabilidad social y políticas públicas en radio y televisión: América Latina y Europa Mediterránea*. Sevilla: Comunicación Social.

Chaparro-Escudero, Manuel; Olmedo-Salar, Silvia; Gabilondo-García, Victoria (2016): «El Indicador de la Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM): Medir para transformar». *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 21, 47-62.

El Mohammadiane, A. Espinar, L. (2019). El índice de rentabilidad social de las radios comunitarias, una herramienta para el fortalecimiento de la comunicación ciudadana. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 195-214.

El-Mohammadiane-Tarbift, Ámal; Muñoz-Lucena, Lucía (2014): «Las radios comunitarias andaluzas, una herramienta

para la democratización de la comunicación». En Chaparro-Escudero, M. (Ed.): *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga: iMEDEA, COMandalucía, Luces de Gálibo (pp. 327-346).

Peña, M. (2012). “Voces y sonidos de la madre tierra”: jujunula makuira, la radio que fortalece el tejido social en La Guajira colombiana”. *Revista Anagramas Rumbos sentidos común*. vol.10 no.20. Medellín – Colombia.

Peralta-García, Lidia; Sanz-Hernando, Ma Clara; Álvarez-Peralta, Miguel (2022): «Estado crítico de las emisoras municipales en Castilla-La Mancha: su gobernanza a través del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM)». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28: 2, 379-390. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70341>

Peralta-García, Lidia; Sanz-Hernando, Clara; Álvarez-Peralta, Miguel (2022): «Las Emisoras Municipales de Castilla-La Mancha: obstáculos y retos en la era digital. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 20:1. <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1783>

Autoguardado

PreguntasTardeLUNES Guardado en Este PC

Ferny Palta Velasco

Inicio Insertar Dibujar Diseño Disposición Referencias Correspondencia Revisar Vista Ayuda

Calibri 18 A Aa Fuente

que más interactúa su radio en lo total

2. ENTRE REDES: SUEÑOS Y APUESTAS POR LA SOSTENIBILIDAD

Aparte de la red radial, ¿con qué otras organizaciones del territorio hacen trabajo en red?

3. ETNIAS, LENGUAS Y AUTONOMÍAS CULTURALES EN LA RADIO

¿Cómo está representada actualmente en su parrilla de

Página 1 de 1 89 palabras Español (Colombia) Predicciones de texto: activado

Concentración

287%





¿Una radio para qué?

Aprendizajes y reflexiones del aplicativo IRSCOM en las radios comunitarias

Orley Reinaldo Durán Gutiérrez

Julie Dayana Acevedo Martínez

Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio

El presente texto comparte la experiencia de aplicación del pilotaje del IRSCOM en ocho emisoras comunitarias que actualmente participan del proyecto *Sonoridades, una apuesta por la comunicación radial Encomunidad*, en tres regiones de Colombia y que se ejecuta a través de la Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio - AREDMAG, en convenio con la empresa de energía ISAGEN. Para este propósito se ha dividido el contenido en cuatro secciones: en un primer momento se presentan las motivaciones de AREDMAG e ISAGEN en la aplicación del IRSCOM en las emisoras de sus áreas de influencia y su interés por acompañar a estos medios en el diseño e implementación de planes de gestión integral que aporten al cumplimiento de su función social; en la siguiente sección se plantea la estrategia utilizada para la recogida de datos de las emisoras en los distintos territorios; posteriormente se muestran los principales hallazgos consolidados que arrojó el vaciado de datos y finalmente se comparten algunas reflexiones y recomendaciones

frente a la experiencia que implicó el proceso de aplicación del IRSCOM en las emisoras participantes.

1. La aplicación del IRSCOM en el proyecto Sonoridades

Para AREDMAG e ISAGEN participar en el pilotaje de aplicación del Indicador de Rentabilidad Social - IRSCOM en las emisoras comunitarias que participan del proyecto *Sonoridades*, es una oportunidad para aportar a la gestión integral y al fortalecimiento de su función social como medios comunitarios en los territorios.

En el marco de esta implementación, se busca por un lado acompañar a estas iniciativas de comunicación en la producción y difusión de contenidos locales de interés social a través de la creación de franjas periodísticas ciudadanas y por otro contribuir a la sostenibilidad social de estas experiencias radiales, mediante el diseño e implementación de planes de gestión que incluyan acciones de formación,

intercambio de saberes y apoyo técnico en las áreas de gestión, producción y programación. Son en total ocho emisoras comunitarias de distintas regiones de Colombia ubicadas en las áreas de influencia de ISAGEN las que se han comprometido con aplicar el IRSCOM.

Se espera que a partir de los resultados que arroje el aplicativo IRSCOM en estas ocho (8) emisoras y la respectiva retroalimentación a sus juntas directivas, se logren definir las acciones de fortalecimiento en las diferentes áreas de gestión integral y acompañar su implementación durante los tres años de vigencia del proyecto. Finalmente, y como estrategia de seguimiento y evaluación se ha previsto aplicar el instrumento IRSCOM una vez al año para hacer un análisis comparativo que permita medir los avances obtenidos en cada una de los seis campos de evaluación establecidos por el indicador.

2. El camino recorrido, ¿Cómo lo hicimos?

El proceso de aplicación se llevó a cabo a partir de tres fases de trabajo. En la primera fase, se realizó la socialización y concertación del aplicativo IRSCOM con las emisoras participantes. La socialización fue liderada por la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos del Ministerio de Cultura. Para el ejercicio de concertación se acordó con las emisoras la firma de un acta de aceptación voluntaria de participación y de compromiso que incluyó la entrega de información y documentación relacionada con los seis campos que comprenden el IRSCOM. En este punto, de las diez emisoras convocadas, ocho se comprometieron a implementar el indicador.

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	EMISORA
SANTANDER	Lebrija	La Voz de Lebrija
	Girón	San Juan de Girón
CALDAS	La Dorada	Dorada Estéreo
ANTIOQUIA	Puerto Berrío	Puerto Berrío Estéreo
	Aleandría	Nare Estéreo
	San Carlos	Juventud Estéreo
	Santo Domingo	Dominicana Estéreo
	Guatapé	Peñón de Guatapé Cultural

Para el proceso de recopilación de los documentos y evidencias requeridas, se procedió a enviar a las emisoras una lista de chequeo que contenía las fuentes de verificación con la rúbrica explicativa de cada ítem del IRSCOM y que soportan la información cuantitativa a diligenciar. Un requerimiento importante para las emisoras en esta primera fase fue la del envío de todos documentos, registros fotográficos, sonoros y audiovisuales previo a la realización de la segunda fase de este ejercicio.

Una vez las emisoras entregaron los soportes, se procedió a revisar el material recopilado y validar si se cumplieron o no los requisitos de las rúbricas del instrumento aplicado. En este punto se revisaron por ejemplo si las fechas de los convenios de articulación o contratos de trabajo están o no en concordancia con los tiempos de aplicación del instrumento; se revisó si la parrilla de programación es lo suficientemente descriptiva para el análisis de los contenidos indicados en la misma o si los registros fotográficos o audiovisuales corresponden a las actividades referidas por las emisoras como parte de sus acciones de relacionamiento con la comunidad.

La segunda fase de este proceso correspondió a la aplicación del IRSCOM en terreno. Para este propósito, se coordinó con cada director de emisora una entrevista presencial. En promedio cada entrevista duró entre hora y media y dos horas. Se siguió el protocolo de guía de aplicación IRSCOM sugerido por el equipo de investigación. Cada una de las entrevistas fue grabada en audio previa autorización de los entrevistados. El ejercicio de la entrevista permitió profundizar con datos cualitativos la información cuantitativa incluida en el formulario dispuesto para tal fin. Un aspecto fundamental que determinó la calidad de la información que suministraron los entrevistados fue la garantía que se les dio de la absoluta confidencialidad de la información y la custodia de los datos recogidos por parte del equipo de investigación de COMAndalucía.

En la tercera y última fase se realizaron dos actividades: la primera consistió en realizar la contrastación de fuentes entre los datos consignados en el instrumento y los documentos soportes previamente enviados por las emisoras. En este aspecto se ajustaron las respuestas entregadas por



los entrevistados acorde con la validación de los soportes respectivos. La segunda actividad consistió en complementar la información cuantitativa consignada en el cuestionario, con un documento de análisis cualitativo. Posterior a este ejercicio se procedió a entregar al equipo de investigación los siguientes soportes para su posterior vaciado y análisis general (cuestionario Word diligenciado, documento descriptivo cualitativo y soportes documentales como fuentes de verificación).

3. Consolidado de los hallazgos del aplicativo IRSCOM en 8 emisoras

Si bien los puntajes finales del IRSCOM pusieron en evidencia las distintas limitaciones, vacíos o dificultades propias de la rentabilidad social de estas emisoras, hubo un factor que determinó en parte la puntuación final obtenida por cada radio. La no entrega total de la documentación o soportes requeridos como fuentes de verificación durante el ejercicio de validación de la información suministrada por los directores, restó puntaje en cada uno de los campos analizados. Lo anterior puso en evidencia la debilidad que tienen estas experiencias mediáticas en el desarrollo de la gestión del conocimiento al interior de su organización.

A continuación, se destacan los principales hallazgos de cinco de los seis campos que integran el IRSCOM. Si bien el análisis consolidado realizado incluye la totalidad de los 31 indicadores, en el presente texto sólo se exponen aquellos que inciden de manera directa en el cumplimiento de su función social y aportan a la reflexión y al debate en torno al proyecto político comunicativo de estos medios.

De las ocho (8) emisoras participantes, siete (7) obtuvieron un puntaje por debajo del mínimo requerido para aprobar el IRSCOM. (menos de 74 puntos). De estas siete emisoras dos obtuvieron una calificación baja (60 a 73 puntos) y cinco una calificación muy baja (0 a 59 puntos).

Campo de la gestión:

Si bien la totalidad de emisoras consultadas cuentan con manual de estilo, sólo dos de ellas cumplen con su publicación en la página web o en la cartelera de la emisora. Para el caso de la socialización del informe de actividades anuales sólo 3 emisoras cumplen con este propósito; las otras emisoras sólo presentan este informe anual a las asambleas de asociados de sus respectivas organizaciones adjudicatarias de las licencias de radio comunitaria. Un aspecto positivo a destacar



es que la totalidad de las emisoras cuentan con 7 o más integrantes que representan igual número de sectores en la Junta de Programación. Finalmente se subraya el bajo número de acuerdos de colaboración vigente con asociaciones y organizaciones del territorio; sólo tres de estas emisoras cuentan con más de 3 o 6 de estos acuerdos.

De los hallazgos anteriores se concluye que en general las radios participantes tienen el reto de interactuar más con sus públicos en torno a la puesta en marcha de su proyecto político comunicativo. Escenarios de conversación y socialización pública como la rendición de cuentas y los cabildos de comunicación, son una oportunidad para que las radios visibilicen su trabajo y fortalezcan su legitimidad y reconocimiento como medios comunitarios en los territorios. En lo que respecta a los manuales de estilo, no es suficiente con tenerlos como requisito legal ante el Ministerio de las TICs, sino que se debe garantizar que sean públicos y que se usen como una ruta que soporta no sólo las apuestas políticas estéticas y de contenido de la programación del medio, sino que establece los diferentes mecanismos de participación comunitaria en las radios. Una comunidad que no tiene acceso al manual de estilo y código de ética no tiene las herramientas para hacerle seguimiento al medio y al cumplimiento de sus políticas de comunicación.

Capital social:

En la totalidad de las emisoras participantes hay 31 personas vinculadas por contrato laboral o prestación de servicios. De este total, 22 son hombres con un 70.9% y 9 son mujeres

con un 29% de participación. Con respecto al dato del género de quienes dirigen estos medios (gerentes, directores) 7 son hombres y sólo una es mujer.¹¹

Ninguna emisora cuenta con voluntarios diarios que apoyen la gestión de la radio. Las razones principales que expresan los directores en las entrevistas son: evitar demandas laborales por el no cumplimiento de requisitos de vinculación de voluntarios y el riesgo de no contar con la certificación anual de cumplimiento en SG SST por la no formalización del voluntariado en su organización. Por otra parte, y frente a la participación de voluntarios ocasionales en la gestión de la radio, los directores manifiestan que, si cuentan con este tipo de participación de actores de la comunidad, pero no está formalizada su vinculación con el medio. Es preciso anotar que el indicador IRSCOM exige como fuente de verificación un soporte documental del vínculo formal de los voluntarios o teniendo el número de personas voluntarias en un perfil público y accesible.

Frente a la participación de colectivos de comunicación en la producción de programas radiales, 3 de las 8 emisoras cuentan con entre 4 y 6 colectivos, 3 emisoras cuentan con entre 2 y 3 colectivos y una emisora no cuenta con ningún colectivo participante. Finalmente, en lo que respecta a la generación de espacios formativos dirigidos a las comunidades las cifras muestran que sólo dos de estas emisoras realizan este tipo de espacios de cualificación de manera esporádica (una o dos veces al año). En este aspecto se puede concluir que para las emisoras no es relevante la realización de acciones de formación dirigida a las comunidades como estrategia para

11 Si bien el instrumento IRSCOM no incluye la pregunta relacionada con las funciones y género de los integrantes de la radio, el equipo de AREDMAG consideró pertinente conocer esta información clave para abrir el debate entre las radios con respecto a la representación por género en sus equipos de trabajo.

movilizar su participación en la producción de contenidos en sus parrillas de programación. Este poco interés se ve reflejado en la mínima participación de estos colectivos en la producción de programas radiales, tal y como se evidenció en el ítem anterior.

Articulación territorial y ciudadana:

En su totalidad las ocho emisoras se encuentran vinculadas formalmente a redes de emisoras comunitarias. Se mencionan las siguientes: RESANDER, ASENRED, AREDMAG, Red de medios ciudadanos de Caldas y ASOREDES. El principal aporte de estas emisoras a las redes es el intercambio de programas. Frente a su participación en redes no mediáticas, colectivos o asociaciones ciudadanas, sola una emisora participa en 7 de estos espacios de articulación, una emisora en 3, unas emisoras en 2 y tres emisoras sólo cuentan con una articulación local. Es imperativo que las radios amplíen su participación en los diversos escenarios de planeación local del desarrollo, que se integren a los distintos comités, consejos y asociaciones locales no sólo como un indicador de vinculación al territorio sino también como una oportunidad de sostenibilidad social y económica, ya sea a través de la comercialización de espacios radiales o la financiación de proyectos para la emisora.

Finalmente, frente a la organización de actividades o eventos de carácter social o cultural, sólo cuatro de las ocho emisoras realizan este tipo de actividades entre las que se destacan campañas de solidaridad, mercados campesinos, maratón día del trabajo, novenas navideñas, celebración día del niño.

Programación:

Seis emisoras cuentan con informativos de frecuencia diaria lo que pone en evidencia un general interés por narrar lo que pasa en el territorio, visibilizar los relatos, las historias y las noticias locales de interés comunitario. En cuanto al número de horas de contenidos locales a la semana, seis emisoras cuentan con el máximo puntaje equivalente a entre 8 y más horas. Por otra parte, en general todas las emisoras emiten y aportan programas de alguna de las redes de radios a las que se encuentran vinculadas; así mismo cuatro emisoras realizan radio en la calle.

Ninguna emisora emite programas en lenguas originarias u autóctonas. Sólo dos emisoras tienen en su programación, contenidos con enfoque diferencial (mujeres y comunidad LGTBIQ+). Finalmente, con relación a la tipología de programas, los que más se emiten en su orden son: actualidad en 8 emisoras; otros (religiosos y desarrollo comunitario) en 7 emisoras; programas educativos en 6 emisoras, musicales y salud en 5 emisoras. Pese a lo anterior en general las parrillas de programación de estas radios no son incluyentes en relación a los enfoques poblacionales diferenciales que se necesitan hoy tener presente en aras de cualificar el debate público, aún más desde un medio comunitario que tiene esa misionalidad.

Actividad en internet:

Sólo dos emisoras cuentan con una página web actualizada, siete usan las redes sociales y cuentan con emisión online (a través de otras plataformas digitales) y sólo una emisora sube podcast a su página web y redes sociales. Sólo una emisora no tiene ningún tipo de

presencia en internet. De lo anterior se puede concluir que, salvo una emisora, todas tienen una precaria presencia en internet, el mayor interés de las radios son las redes sociales y la emisión online; no hay un sentido crítico explícito frente al para qué o porqué hacer una convergencia tecnológica que incluya las plataformas digitales. Los sitios web no se actualizan y tampoco son creados para que desde allí se conozca proyectos digitales que ofrezcan catálogos digitales, fotografías, textos o producciones en formatos podcast que hagan visible el funcionamiento de la radio, su gestión e impacto en las comunidades.

4. Principales hallazgos del proceso de aplicación

A partir de la experiencia del equipo de campo de AREDMAG en la aplicación del IRSCOM en las emisoras participantes, se comparten a continuación algunas reflexiones y recomendaciones que se espera contribuyan a la adaptación del IRSCOM en las radios comunitarias en Colombia.

4.1 El trabajo de campo

Es indispensable que la aplicación del IRSCOM en las radios comunitarias se haga a través de un ejercicio de trabajo de campo. No es posible hacer un análisis cualitativo profundo del contexto local de las radios sino se recorre el territorio donde opera el medio para entender sus distintas dinámicas sociales y formas de relacionamiento con la comunidad. La comunicación cara a cara con los directores, nos abre una ventana para ver otras categorías de análisis que van más allá de las señaladas por el instrumento IRSCOM; nos permite ver por ejemplo los hilos invisibles que tejen la sostenibilidad social, económica y

cultural de estos medios comunitarios y que aportan o no al cumplimiento de su proyecto político comunicativo.

Por otra parte, el trabajo de campo es esencial para construir confianza entre el equipo de investigación y los directivos de las emisoras y evitar así el rechazo o las suspicacias frente al manejo de la información y también permite contrastar las cifras y los testimonios de los entrevistados con las percepciones propias del investigador en su interacción con los demás integrantes de la radio. Finalmente, más allá de si los medios cumplen o no con los indicadores del IRSCOM, el trabajo de campo nos da luces para intentar comprender sus diversos intereses en el cumplimiento de su función social como medios comunitarios.

4.2 Sobre las fuentes de verificación

El ejercicio de validación de cada uno de los soportes entregados, nos permitió evidenciar que hay vacíos o requerimientos poco claros en algunas fuentes de verificación solicitadas a las emisoras para determinar o no su validez. Se debe procurar mayor precisión en las rúbricas explicativas para determinar cuándo y sobre qué premisas o criterios se considera válido un soporte. Se busca evitar que prime el criterio subjetivo del investigador de campo. En el anexo 1 del presente documento, se describen algunos de los vacíos o requerimientos poco claros encontrados.

4.3 El concepto de colectivo radial - grupo

Se hace necesario precisar los conceptos “colectivo de comunicación” y “grupo”. No

es claro si cualquiera de estas dos formas de participación puede ser tenidas en cuenta en la pregunta sobre este tema en la categoría “capital social”. En el libro Sentidos Locales, reflexiones sobre colectivos de comunicación en Colombia, el Ministerio de Cultura de Colombia asume el concepto de colectivo de comunicación como una forma de organización social que representa a un sector de la población y que construye un sentido propio de la comunicación para la visibilidad, legitimidad o reconocimiento de sus principios o acciones:

“grupos organizados de personas que en sus espacios regionales, locales, comunitarios o barriales exploran y apropian la comunicación no sólo para crear, producir y circular contenidos, sino también para construir sentidos con la participación directa de diferentes actores (...) y ayudan a la construcción de ciudadanía desde lo local, dando sentido a las diferentes maneras de expresarse, relacionarse y sumir la vida. (Ministerio de Cultura-2019).

A diferencia de los colectivos de comunicación, los grupos que hacen radio no necesariamente tienen elementos comunes como proceso social ni representan necesariamente los intereses de grupos o sectores comunitarios. En algunas de las emisoras participantes, se evidenció que hay grupos de personas que hacen radio en representación de los intereses propios de empresas privadas con ánimo de lucro o entidades oficiales. Un par de ejemplos de los encontrados durante la aplicación del IRSCOM fueron: el grupo de prensa de una Alcaldía, o el grupo de radio de una empresa naturista que realiza programas en vivo y lleva a su equipo de médicos para

hablar de determinado producto que venden al público.

4.4 Población aproximada de cobertura:

Ninguno de los directores entrevistados logró precisar las cifras de audiencia estimada de su emisora; no cuentan con estudios de audiencia que les permita determinar cuántas personas los escuchan. Ante esta ausencia de datos, los directores plantean esta cobertura por área geográfica a los que llega la señal de la radio (veredas, municipios).

4.5 Producción de contenidos locales

Se hace necesario revisar la puntuación que se da a las emisoras que tienen un número determinado de horas de contenido local a la semana. Tanto en el aplicativo del IRSCOM realizado a las primeras 12 emisoras en el taller de Bucaramanga como a las siguientes 8 aplicadas por AREDMAG, se evidenció que 18 de ellas obtienen el mayor puntaje, es decir 5 (8 o más horas), las otras dos se dividen así: una con un puntaje de 1 (1 a 3



horas) y la otra con un puntaje de 3 (4 a 7 horas).

A partir de lo anterior y teniendo cuenta que, frente a los requerimientos actuales, el 90% de las emisoras cumple a satisfacción con este indicador, se sugiere revisar la puntuación total que se da por número de horas de contenidos locales.

En resumen, en términos de proporcionalidad y equidad, no debería tener el mismo puntaje una emisora que produce ocho horas de contenido local a la semana que una emisora que produce 15, 20, 30 o más horas. Por demás, cabe hacer la precisión que la categoría PROGRAMACIÓN genera el 40% del valor total de la puntuación IRSCOM y por lo mismo determina en gran medida la puntuación final que se le da a una emisora.

4.5.1 La parrilla de programación:

Si bien las emisoras entregaron un documento con la descripción de los programas radiales que suenan en sus emisoras y la respectiva

parrilla de programación, no hay un formato que permita observar no sólo la orientación de los contenidos sino también, el origen de los contenidos, (local, regional, nacional e internacional), la duración de los programas sin publicidad, y el tiempo calculado de los mismos por semana.

4.5.2 Producción de contenidos propios

Llama la atención que en general en las ocho emisoras participantes, la producción de contenidos propios de interés comunitario (sociales, culturales, ambientales, formación ciudadana) son asumidos en gran parte por los programadores voluntarios (colectivos e individuales). El personal rentado de las emisoras (productores, programadores, locutores) se ocupan principalmente de la realización de programas musicales, la presentación de avisos y clasificados y franjas informativas.

Al preguntar a las radios el porqué de esta situación, responden que básicamente la sostenibilidad del medio depende de la publicidad y esta se logra a través de la pauta que el comercio local hace en este tipo producciones que generan mayor audiencia. De lo anterior se puede concluir que las emisoras priorizan la producción de este tipo de programas (entretenimiento e informativos) como estrategia para garantizar susostenibilidad económica y dejan en partesu responsabilidad de producción de contenidos locales a los actores externos a la radio. Lo anterior no contradice necesariamente el interés de algunas radios por lograr la participación comunitaria en la producción de programas, sino que se evidencia un bajo esfuerzo por garantizar la producción permanente de contenidos locales propios que aporten al cumplimiento de su función



social como si lo hacen con los contenidos de entretenimiento e informativos.

4.5.3 Programas religiosos

Se debe precisar en el cuestionario si los programas religiosos se consideran como contenidos locales. Para los directores de las emisoras, los programas religiosos si hacen parte de la oferta local de contenidos de las radios al ser necesarios para el fortalecimiento de la fe y la espiritualidad de las audiencias. En promedio los programas religiosos ocupan entre un 10 y 20% del total de horas de la programación semanal de las radios comunitarias.

4.5.4 Los informativos locales

Se sugiere incluir una nueva pregunta sobre % de información local que producen las emisoras en las franjas periodísticas. No es suficiente preguntar por la periodicidad del espacio informativo (diario, semanal, ocasional). En la aplicación del instrumento se evidenció que no todos los contenidos de los programas informativos son locales ya que se incluyen entre otros, la lectura de los principales periódicos de la región, notas nacionales, internacionales y otros contenidos que nada tienen que ver con información local.

4.6 Sobre el voluntariado:

Las emisoras manifiestan que ante la nueva normatividad de formalización laboral y seguridad y salud en el trabajo – SG -SST expedida por el Ministerio de Salud y

Ministerio de Trabajo (Decreto 1072 de 2015 y a la resolución 0312 de 2019) se han venido tomando medidas como la de abstenerse de vincular voluntarios que apoyen sus labores diarias. Las dos principales razones que manifiestan son por un lado evitar posibles demandas de los voluntarios ante algún accidente laboral no cubierto por la ARL¹² (administradora de riesgos laborales) y por otro, no lograr contar con el certificado de acreditación anual en seguridad y salud en el trabajo SG SST que exige el Ministerio de Trabajo y que es expedido por empresas auditoras externas de conformidad con el cumplimiento de los Estándares Mínimos de SST y requisitos establecidos en la norma.

De acuerdo a lo anterior se sugiere ajustar la pregunta sobre voluntariado de la categoría “capital social” de la siguiente manera: ¿hay personas voluntarias que participan diariamente u ocasionalmente en la gestión?, ¿cuántas?

En este mismo sentido incluir otra pregunta que permita saber si las emisoras tienen algún tipo de vinculación formal del voluntariado.

4.7 Sobre las categorías de análisis establecidas en el IRSCOM

El instrumento IRSCOM no logra recoger todas las dimensiones políticas y sociales que legitiman el papel de las radios comunitarias en lo local. Hay unos aportes específicos que hacen las radios comunitarias en cumplimiento de su función social que no consiguen ser recogidos y medidos por los indicadores actuales del aplicativo IRSCOM. Se sugiere incluir nuevos indicadores que permitan dar cuenta de:

¹² La ARL sobre cubren accidentes laborales del personal que esté contratado formalmente bien sea a través de contrato laboral o por orden de prestación de servicios. Se excluyen aquellos estudiantes voluntarios de bachillerato o universidades con quien las emisoras tengan un convenio institucional vigente

- El papel o función social de las radios en la producción de contenidos, articulación institucional o emisión de avisos destacados en situaciones de emergencia, desastres naturales o calamidad pública y que no hacen parte de la programación habitual. En zonas o territorios de alto riesgo las emisoras cumplen un papel fundamental en la difusión de alertas tempranas y socialización de activación de protocolos para este tipo de situaciones de emergencia.
- Los ejercicios de moderación del debate público, mediación y movilización social que hacen las radios de manera permanente o esporádica y que aportan a la convivencia, y la resolución pacífica de conflictos.

4.8 Sobre la aplicación del instrumento IRSCOM en tiempos de postpandemia COVID

Para los directores de las emisoras, la aplicación del IRSCOM en tiempos de postpandemia no refleja necesariamente la realidad habitual de los procesos de participación de las comunidades en las radios ni la producción de programas propios/locales que durante años han venido realizando estos medios en sus territorios.

Las medidas sanitarias adoptadas por el Estado colombiano (aislamiento obligatorio), limitaron por un lado la capacidad económica de las radios (mínimos ingresos por pauta publicitaria) para sostener algunos programas de interés comunitario y por otro alteraron las dinámicas de participación de los colectivos de comunicación en la producción de programas radiales; en algunos casos los colectivos se disolvieron de manera definitiva o en otros, disminuyeron la frecuencia de realización de

programas. Finalmente manifiestan que al día de hoy ha sido difícil recuperarse del impacto negativo de la pandemia.

Algunas conclusiones finales:

Es evidente el esfuerzo cotidiano de muchos directores, gerentes y juntas directivas de las radios por hacer que estas iniciativas de comunicación comunitaria perduren en el tiempo, algunas ya con más de 20 años al servicio de la comunidad. Hacer empresa social es un reto en todos los aspectos: legal, administrativo, organizativo, financiero y tributario. Muchas de las fundaciones, asociaciones y corporaciones que tienen asignadas licencias de funcionamiento para la operación de estas radios, han asumido el compromiso de hacer que estos medios cumplan su función social y en ese propósito han dispuesto recursos económicos técnicos y humanos.

Pese a lo anterior y ante las dificultades propias de cada radio, muchas de estas experiencias organizativas han tenido que priorizar el diseño de planes para la generación de ingresos económicos sobre el desarrollo de acciones estratégicas para el cumplimiento de su propio proyecto político comunicativo. Vale entonces preguntarse ¿tiene sentido todo este sacrificio personal y colectivo para hacer que estas radios se sostengan en el tiempo?, ¿es la autogestión comunitaria suficiente argumento para considerar que estos medios están cumpliendo su función social?, ¿qué hace comunitaria a una radio comunitaria?, ¿Qué estrategias de indagación/evaluación utilizan las emisoras para medir su incidencia e impacto en el desarrollo local?

Sin desconocer las complejidades propias que implica el ejercicio de dirección

y administración de estos medios, la aplicabilidad del Indicador de Rentabilidad social en las radios comunitarias en Colombia, se convierte en una oportunidad para que estas experiencias comunicativas se miren al espejo y observen con un nivel de detalle su capacidad de gestión interna y externa frente al cumplimiento de su función social. Es un autoexamen que sirve principalmente para evaluar sus aciertos y desaciertos y a partir de

esta lectura potenciar o reencausar su acción comunicativa en el territorio. Tal vez desde la medición de estos indicadores se logre dar respuesta a algunos de los interrogantes planteados anteriormente y ayuden a generar un ejercicio de opinión y debate en torno a la pregunta ¿una radio comunitaria para qué?



ANEXO 1

Complemento a las fuentes de verificación

Sobre las fuentes de verificación: vacíos o requerimientos poco claros encontrados.

Pregunta No. 3: ¿Tienen Junta de Programación vigente con participación ciudadana? En caso de respuesta afirmativa, ¿cuántas personas la integran?

Se sugiere cambiar la pregunta ¿Cuántas personas la integran? por ¿cuántos sectores sociales la integran? En este mismo sentido el puntaje que se obtiene debe estar enfocado en el número de sectores y no en el número de personas que participan. Una Junta de Programación no es más o menos participativa o representativa por el número de personas que la integran sino por el número de sectores sociales que la integran. De acuerdo a lo anterior quedaría así:

- No tiene Junta de Programación
- Sí, 1 a 3 sectores
- Sí, 4 a 6 sectores
- Sí, 7 a 9 personas
- Sí, 10 o más personas

Por otra parte, es importante corroborar la vigencia de esta junta de programación, además de tener el acta de la conformación de la misma no se sabe si se cumple con la radicación de los documentos o soportes ante el MINTIC.

Nota: se sugiere cambiar la palabra colectivos por sectores en la siguiente pregunta ¿Cuáles de los siguientes colectivos se ven

representados en su Junta de Programación? (mencionarlos)

Pregunta 4:

¿Tiene acuerdos de colaboración vigentes con asociaciones del territorio? ¿Con cuántas?

La fuente de verificación dice así: Acuerdos firmados. Si no es posible, al menos, los nombres de las asociaciones del territorio con las que se firman dichos acuerdos.

Se sugiere que para las emisoras que no cuenten con el soporte de acuerdos firmados, por lo menos relacionen la siguiente información por cada acuerdo que se mencione:

Organización/Institución	Propósito o actividades	Soportes/Evidencias
Acuerdos de colaboración vigente	Que incluyan el acuerdo de colaboración	(Fotografías, audios de programas, videos, etc)

Pregunta 5:

¿Se alienta a la ciudadanía a que participe y se involucre en la radio a través del teléfono, las ondas, las redes y otros medios?

En este ítem no se solicita ningún soporte o evidencia más allá del testimonio del entrevistado.

Se sugiere solicitar al medio algún tipo de evidencia documental o sonora que permita su contrastación con las respuestas dadas por el entrevistado y a partir de este análisis validar o no la información suministrada.

Pregunta 15:

¿Participa la emisora activamente con alguna otra red, colectivo o asociación ciudadana?

La única fuente de verificación que se solicita es la mención de las redes o las org. Comunitarias en las que se participa.

Se sugiere añadir a esta fuente de verificación actas de participación, cartas de vinculación o certificados que soporten el listado dado por el entrevistado.

Pregunta 17:

Organiza la emisora actividades o eventos de carácter social, tales como: ¿mercadillos, festivales musicales, eventos folclóricos, seminarios o conferencias...?

La fuente de verificación dice: listado de actividades o eventos sociales organizados en los últimos años por la emisora y constatación documental: folletos, fotografías, etc.

Se sugiere especificar a qué se refiere con la unidad de tiempo “últimos años”. Es mejor decir en los últimos 2 o 3 años.

Pregunta 20:

tipología de programas que emite la emisora
Se sugiere que además de la marcación respectiva de las opciones que se ofrecen en el cuestionario, se incluya otra columna que permita escribir el nombre del o los programas radiales a los que hacen referencia las tipologías de programas marcados para luego compararla con la parrilla de programación vigente.

Preguntas 24 y 25:

A las preguntas relacionadas con si la emisora tiene página web o blog y redes sociales actualizadas se debe precisar cuáles son los tiempos mínimos de actualización requeridos para validar o no las respuestas suministradas. ¿un día?, ¿una semana?, ¿el último mes?...

Pregunta 27:

¿Cuelgan podcast (programas a la carta) en Internet, ya sea en servidor propio o en plataformas de almacenamiento?

Se debe precisar cuál es la fecha mínima esperada de publicación del último podcast colgado o subido.

Tipología de programa	Programas que se realizan

En este enlace se podrá conocer el video memoria del proceso desarrollado durante el encuentro taller realizado en Bucaramanga (Mayo 2022) que da cuenta del proceso de ajuste, validación y aplicación del Indicador de Rentabilidad en el marco del proyecto piloto IRSCOM Colombia: ejercicio de las ciudadanía en la radio comunitaria.



**Video memoria
IRSCOM Colombia:
ejercicio de las ciudadanía
en la radio comunitaria.**

Esta publicación fue realizada en el marco del proyecto piloto IRSCOM Colombia desarrollado por el área de Narrativas Sonoras de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos del Ministerio de Cultura en alianza con Proimágenes y operado por la Red Cooperativa de Medios de Comunicación Comunitarios de Santander – Resander. La distribución de este material es realizado gracias al apoyo del proyecto FESColombia de la Fundación Friedrich-Ebert-Stiftung.

Bogotá, noviembre 2022

Con el apoyo de:

