

**GUÍA DE FORMATOS CORTOS PARA RADIO DE INTERÉS PÚBLICO  
ASIGNADA A COMUNIDADES INDÍGENAS**



**YULENA GISEL BELTRÁN QUINAYAS**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**2019**

**GUÍA DE FORMATOS CORTOS PARA RADIO DE INTERÉS PÚBLICO  
ASIGNADA A COMUNIDADES INDÍGENAS**

**YULENA GISEL BELTRÁN QUINAYAS**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de  
Comunicadora Social y Periodista**

**Asesor: JUAN CARLOS GRANADA**

**POPAYÁN**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN**

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**2019**

## **NOTA DE ACEPTACIÓN**

**Aprobado por el comité de grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Fundación Universitaria de Popayán para optar por el título profesional de Comunicadora Social - Periodista**

---

**Firma del Director  
JUAN CARLOS GRANADA  
Comunicador Social – Periodista**

---

**Firma Jurado 1  
YINNER BRAVO ASTAIZA  
Comunicador Social**

---

**Firma jurado 2  
MARÍA ESTEFANÍA OROZCO  
Profesional En Mercadeo y publicidad**

Se firma a los treinta días 30 del mes de Mayo de 2019 en la ciudad de Popayán

## **AGRADECIMIENTOS**

José Libardo Quintana

Director y productor radial de la Emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 del Municipio de Morales, Cauca.

Comunicador social y periodista Juan Carlos Granada

Asesor del Proyecto

## RESUMEN

**La guía de formatos cortos para radio de interés público asignada a comunidades indígenas**, fue creada para la construcción de contenidos radiales en formatos cortos y dinámicos que permitan contribuir en el fomento de procesos social y cultural en las comunidades indígenas del Municipio de Morales Cauca. A través de un proceso investigativo se determinó su pertinencia y se propusieron tres tipos de formato, rostro sonoro, paisaje sonoro y vox pop.

**COMUNIDADES INDIGENAS, RADIO DE INTERÉS PÚBLICO, FORMATOS CORTOS.**

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>14</b>
<b>1. RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADA A COMUNIDADES INDÍGENAS15</b>	
1.1. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE UNA GUÍA DE FORMATOS CORTOS PARA LA RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADA A COMUNIDADES INDÍGENAS?.....	15
1.2. LA RADIO.....	19
1.3. TIPOS DE RADIO .....	27
1.4. RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADAS A COMUNIDADES INDÍGENAS 29	
1.5. COMUNIDADES INDÍGENAS Y LA RADIO .....	32
1.6. IMPORTANCIA DE LA RADIO PARA LAS COMUNIDADES INDÍGENAS Y CAMPESINAS.....	34
1.7. LAS TIC EN RELACIÓN A LA RADIO. ....	38
1.8. ASPECTO SOCIAL Y CULTURAL. ....	39
<b>2. PANORAMA DE LA INVESTIGACION, HACIA UNA RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADA A COMUNIDADES INDIGENAS.....</b>	<b>42</b>
2.1. NUESTRA VOZ ESTÉREO 98.9 FM DE MORALES CAUCA.....	42
2.2. PERTINENCIA DE LOS FORMATOS CORTOS .....	45
2.3. METODOLOGÍA.....	48
2.3.1. DIMENSIONES Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN .....	51
2.3.1.1. Identificación.....	51
2.3.1.2. Preferencias y contexto socio – cultural.....	52
2.3.3.3. Consumo y contacto con medios de comunicación. ....	52
2.3.2. Muestra.....	54
2.3.3. Fórmula para calcular el tamaño de la muestra.....	55
2.3.4. Tipo de muestreo.....	57
2.5. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO.....	63

2.6. RESULTADOS .....	82
2.6.1. Encuesta.....	82
2.6.2. Entrevistas a profundidad.....	84
<b>3. UNA PROPUESTA DE FORMATOS CORTOS PARA LA RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADA A COMUNIDADES INDÍGENAS.....</b>	<b>89</b>
3.1. GÉNEROS Y FORMATOS RADIALES .....	92
3.1.1. GÉNEROS.....	93
3.1.2. FORMATO.....	95
3.2. FORMATOS CORTOS .....	97
3.2.1. Rostro sonoro.....	100
3.2.2. Vox pop.....	108
3.2.3. Paisaje sonoro.....	116
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>123</b>
<b>WEBGRAFÍA .....</b>	<b>126</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>127</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>131</b>

## TABLA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 - Identificación de Sexo, de la audiencia .....	644
Gráfica 2 – Rango de edades .....	644
Gráfica 3 – Municipio .....	655
Gráfica 4 – Etnia .....	666
Gráfica 5 – Ocupación .....	666
Gráfica 6 – Nivel de escolaridad .....	677
Gráfica 7 - ¿Con quién vive? .....	6868
Gráfica 8 - ¿Cómo se divierte? .....	69
Gráfica 9 - ¿De qué temas le gusta hablar? .....	700
Gráfica 10 - ¿Cuáles con sus actividades favoritas? .....	711
Gráfica 11 - ¿Escucha radio? .....	722
Gráfica 12 ¿Qué emisora prefiere?.....	744
Gráfica 13 - ¿Qué género prefiere? .....	755
Gráfica 14 - ¿Escucha la emisora Nuestra Voz Estéreo HJZ, de Morales?....	766
Gráfica 15 - ¿Qué programa le gusta escuchar de esta emisora?.....	777
Gráfica 16 - ¿A qué hora escucha su programa favorito? .....	778
Gráfica 17 - ¿Qué tipo de programas de televisión escucha y a qué hora? .	778
Gráfica 18 - ¿Tiene acceso a internet? .....	800
Gráfica 19 - ¿Qué tipos de programas, que no ofrezca la radio local, le gustaría escuchar? .....	811



## TABLAS

Tabla 1 – Parrilla de programación, emisora Nuestra Vos Estéreo 98.9 HJZ.	866
Tabla 2 – Planeación rostro sonoro .....	1022
Tabla 3 – Desarrollo Planeación rostro sonoro .....	1043
Tabla 4- Guión1, Formato Corto, Rostro Sonoro, Antonino Guacheta.....	1054
Tabla 5- Guión 2, Formato Corto, Rostro Sonoro, Evaristo Chate.....	1065
Tabla 6- Guión 3, Formato Corto, Rostro Sonoro, Nora Cecilia Cuene Mulcue	1076
Tabla 7- Desarrollo Planeación vox pop .....	1110
Tabla 8 – Planeación vox pop.....	1121
Tabla – 9 Guión 1 Formato Corto, Vox Pop, ¿Para usted como indígena que significa el territorio? .....	1132
Tabla 10 – Guión 2 Formato Corto, Vox Pop, ¿Qué opinión tiene usted acerca del proceso de recuperación de tierras de los pueblos indígenas? .....	11413
Tabla 11 – Guión 3 Formato Corto, Vox Pop, ¿Cómo cree usted que la radio contribuye al fortalecimiento de la cultura? .....	11514
Tabla 12 –Planeación paisaje sonoro .....	11918
Tabla 13 – Guión 1 Formato Corto, Paisaje sonoro, Calle principal de Morales, Cauca .....	12019
Tabla 14 – Guión 2, Formato Corto, Paisaje sonoro, Parque principal de Morales Cauca .....	1210
Tabla 15 – Guión 3, Formato Corto, Paisaje sonoro, Galería de Morales, Cauca .....	1221

## INTRODUCCIÓN

En el marco de la investigación realizada en el campo de estudio, Municipio de Morales Cauca, Emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 FM HJZ, se propone y se elabora una *“Guía de Formatos Cortos para Emisoras de Interés Público Asignadas a Comunidades Indígenas”*, teniendo en cuenta que este tipo de emisoras tienen objetivos en común que hacen referencia a la conservación y protección de su cultura, ya que trabajan de acuerdo a una cosmovisión y política de los pueblos indígenas a través de sus leyes independientes.

De acuerdo al objetivo en común que comparten los pueblos indígenas se propone una guía de formatos cortos, que tiene como fin la creación de contenidos radiales de corta duración y fácil creación, para generar dinamismo en la parrilla de programación de este tipo de emisoras, así como también pretende contribuir al fortalecimiento de procesos culturales en cuanto a los usos y costumbres ancestrales de estas comunidades indígenas, de la misma manera abordar la parte social, haciendo uso de la radio.

La radio sigue siendo un medio de comunicación muy importante en las comunidades indígenas y campesinas, de acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas que se realizaron a las posibles audiencias de la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ del Municipio de Morales.

Antes de llegar la televisión, los torneos de fútbol, ciclismo, las radionovelas, noticias, eventos y sucesos, se vivían por la radio. Se puede decir, que vivían por la radio, porque aquel que se denomina como locutor, tenía la misión y la responsabilidad de crear en sus audiencias un imaginario de la realidad, un

escenario en tiempo real, acerca de lo que estaba pasando a mucha distancia, objetivo que se lograba gracias al lenguaje radiofónico.

El principal referente histórico de la radio hace referencia a la radio Sutatenza y todo el contexto político y social vinculado a esta práctica. Para los años cincuenta la alfabetización y educación se convierte en un mecanismo, para garantizar la inclusión en lo que se determinó como los países modernos, por tanto la radio Sutatenza toma mayor fuerza en la sociedad, en el afán de alcanzar la “modernidad”.

En 1999 se crea el proyecto “Comunidad”<sup>1</sup>, que tenía como objetivo el fortalecimiento de la cultura, costumbres e identidad de los pueblos indígenas minoritarios, a través de la radiodifusión sonora dentro de la clasificación de radio de interés público.

Gracias a este proyecto se logró la implementación de una gran cantidad de emisoras en todo el país, logrando fortalecer procesos de recuperación de la cultura, con énfasis a las comunidades indígenas para quienes sus ritos y costumbres deben perdurar en el tiempo, y de esta manera conservar la identidad étnica que los caracteriza e identifica como patrimonio de las comunidades indígenas y del país.

De acuerdo a estos antecedentes la importancia de este proyecto radica en que en efecto la radio sigue siendo importante para las comunidades tanto indígenas como campesinas, es por ello que se debe trabajar para que los contenidos que se emiten contribuyan a ese fortalecimiento social y cultural al que se pretende llegar, siendo la utilización de formatos cortos una propuesta que ofrece dinamismo, interactividad con el oyente y la emisora, facilidad de realización o producción, además entretenimiento.

---

<sup>1</sup> SUBDIRECCIÓN DE RADIODIFUSIÓN SONORA. [EN LINEA]. [Citado en 01 de Marzo de 2018]. Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2308.html>

Es por ello que se propone el diseño de una *Guía de Formatos Cortos para Emisoras de Interés Público Asignadas a Comunidades Indígenas*, que permitan dinamizar las parrillas de programación, con un enfoque étnico y cultural, de acuerdo a la información recopilada a través de la investigación realizada como muestra piloto, en la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ del Municipio de Morales, Cauca.

Esto fue posible gracias a la realización de un diagnóstico a la parrilla de programación de la emisora Nuestra Voz Estéreo del municipio de Morales, Cauca, que permitió establecer cuál es la propuesta de contenido a nivel étnico y cultural, así como también fue posible determinar factores en común de las comunidades indígenas, y así plantear la propuesta de la utilización de formatos cortos de acuerdo a las temáticas que se trabajan en la emisora.

En la metodología se utilizó un método mixto, que refiere según Johnson y Onwuegbuzie a “(...) el tipo de estudio donde el investigador mezcla o combina técnicas de investigación, métodos, enfoques, conceptos o lenguaje cuantitativo o cualitativo en un solo estudio”, es por ello que se realizó una encuesta con una serie de preguntas abiertas y cerradas, que luego se pasó a tabular para obtener valores estadísticos de la población encuestada, posteriormente se procede a la interpretación cualitativa de cada una de estas preguntas para llegar a una conclusión, de acuerdo a la clasificación del diseño del método mixto, CUAL → cuant, que propone la doctora en Educación, Zulay Pereira Pérez, en su artículo, Los Diseños de Método Mixto en la Investigación en Educación: Una Experiencia Concreta.

De acuerdo a la investigación obtenida a través del método mixto, se planteó la propuesta de la realización de 3 formatos cortos, (paisaje sonoro, rostro sonoro y vox pop) a manera de muestra piloto.

La creación de formatos cortos, aunque aparentemente son de fácil creación, exigen un trabajo investigativo periodístico, puesto que es necesario conocer el contexto, las audiencias y el objetivo del tema que se quiere transmitir.

Es por ello que este texto pretende describir como el estudio de las audiencias, genera un concepto de lo social y lo cultural, que solo estudiándolas se puede interpretar, para así poder generar una propuesta a nivel del lenguaje radiofónico que logre suplir las necesidades comunicativas que se dan en las comunidades indígenas y campesinas del Municipio de Morales, haciendo uso de la Emisora Nuestra voz Estéreo 98.9 HJZ.

Pero para entender las necesidades comunicacionales en procesos sociales y culturales, resultó importante realizar la definición e interpretación de conceptos como radio, comunidades indígenas, medios de comunicación, formatos y géneros radiales y por su puesto el lenguaje radiofónico, en relación a la temática de radio de interés publica asignada a comunidades indígenas.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una guía de formatos cortos para emisoras de interés público asignadas a comunidades indígenas, que permitan dinamizar las parrillas de programación, con un enfoque étnico y cultural, desde la experiencia recopilada en la emisora Nuestra Voz Estéreo del municipio de Morales, Cauca.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar un diagnóstico a la parrilla de programación de la emisora Nuestra Voz Estéreo del municipio de Morales, Cauca, que permita establecer cuál es la propuesta de contenido a nivel étnico y cultural.
- Crear la propuesta y guía de implementación de formatos cortos en Nuestra Voz Estéreo del municipio de Morales, Cauca.
- Realizar una muestra piloto, que permita evidenciar la pertinencia de los formatos cortos en la parrilla de programación de las emisoras de interés público, asignadas a comunidades indígenas.

## **1. RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADA A COMUNIDADES INDÍGENAS**

### **1.1. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE UNA GUÍA DE FORMATOS CORTOS PARA LA RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADA A COMUNIDADES INDÍGENAS?**

La radio como medio de comunicación ha entrado a jugar un papel muy importante en la humanidad desde sus inicios, y que en la actualidad sigue siendo muy influyente, en una mayor medida en el sector rural, independientemente del tipo de emisora, que emita su señal, desde lo comunitario, comercial, e institucional o de interés público.

Para este caso en específico el enfoque institucional o de interés público se abordó desde una investigación, a través del método investigativo Mixto, Zulay Pereira Pérez, en su Revista Electrónica, Los Diseños de Método Mixto en la Investigación en Educación cita a Driessnack, Sousa y Costa quienes afirman que este método “se refieren a un único estudio que utiliza estrategias múltiples o mixtas para responder a las preguntas de investigación y/o comprobar hipótesis”<sup>2</sup>, en este caso pretendía determinar, la posible propuesta de programación hacia este tipo de emisoras, de acuerdo a la normatividad que la rige, a través de la Resolución número 00415 de 13 Abr. 2010. Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones.

---

<sup>2</sup> PÉREZ, Zulay Pereira. Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista electrónica educare*, 2011, vol. 15, no 1, p. 15-29.

Zulay Pereira Pérez, también cita a Hernández, Fernández y Baptista, quienes “señalan que los diseños mixtos: representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas, agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques”

<sup>3</sup>

Es así como este método mixto, resulta pertinente en la investigación ya que permite mayor complejidad en la interpretación del estudio, ya que ofrece el doble de ventajas al contemplar dos enfoques que se pueden complementar entre sí, desde lo cuantitativo, en lo que a cifras refiere y lo cualitativo a lo que teóricamente lo fundamenta.

En relación al método utilizado, el enfoque cuantitativo permitió abordar una población a través de una encuesta, la cual ofreció cifras, e indicadores, mientras tanto el enfoque cualitativo brindó fundamentos teóricos, para acoger las cifras y ofrecer soluciones a una problemática encontrada.

Ahora bien, a través de este método se pretendía descubrir cómo se mencionó anteriormente, cuál es la propuesta de programación radiofónica que aporte al fortalecimiento de procesos sociales y culturales en la radio de interés público asignada a comunidades indígenas, Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm de Morales, en caso de que existiera, de lo contrario, crear una propuesta que contribuya a una buena parrilla de programación o una guía de apoyo que complemente proyectos y propuestas que se tengan dentro de una emisora determinada como esta.

Para la investigación se tomó como muestra piloto, la emisora de interés público asignada a comunidades indígenas, Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm HJZ de Morales Cauca, y la comunidad a la que esta se dirige a diario.

De acuerdo al enfoque cuantitativo, se realiza una recolección de datos y cifras medibles mediante la encuesta, de esta manera contribuir a la solución de la hipótesis que se tenía inicialmente, que refiere a demostrar como la utilización de formatos cortos en la parrilla de programación contribuyen al desarrollo de los procesos étnicos culturales y sociales de una comunidad, por su dinamismo y pertinencia, en torno a la forma en que las emisoras de interés público ejecutan la programación que en muchos casos no alude a la normatividad que estipula la resolución 00415 del 13 de abril de 2010, donde se dictan las normas de radio

---

<sup>3</sup> Ibíd. P14



difusión sonora y otras disposiciones, y por lo tanto el contenido social y cultural ha pasado a un tercer plano.

Mientras que el enfoque cualitativo permitió ofrecer una solución teórica a la investigación desde diversos postulados de distintos autores, como María Cristina Mata, Mario Kaplún, José Luis Valderrama entre otros.

Finalmente de la investigación se obtiene una serie de resultados, que demuestran, que existe por parte de la planta de producción radial de la emisora, un interés y una propuesta dirigida al fortalecimiento de la cultura y conservación de usos y costumbres en la región, (ver capítulo 2, Panorama de la Investigación). A través de la música y formatos como radio revista. Información que se obtiene de la ejecución de entrevista a profundidad, hacia las personas que conforman el equipo de producción radial de la emisora.

Sin embargo, también fue posible conocer la opinión de las audiencias, quienes manifiestan que en efecto hace falta mucho más enfoque y fuerza en la producción de contenido radial que contribuya al fortalecimiento de procesos sociales y culturales en la región.

A partir de la investigación y los resultados se propone la creación de una *Guía de Formatos Cortos Asignada a Comunidades Indígenas*, como una construcción colectiva, basada en la fundamentación teórica y trabajo de campo, llevado a cabo en el Municipio de Morales, Cauca, más precisamente en la emisora Nuestra Voz Estéreo 98,9 Fm, siendo esta emisora, la que constituye el elemento inicial y la prueba piloto, que demuestran que los formatos cortos son aplicables dadas sus características particulares.

La propuesta de una guía de formatos cortos asignada a comunidades indígenas, en una segunda instancia se fundamenta en objetivos en común que poseen los pueblos indígenas, como autoridades autóctonas, que se rigen bajo su cosmovisión, sus leyes, su misión de proteger y conservar la memoria histórica de los usos y costumbres de sus comunidades.

Es ahí donde la creación, producción y difusión de formatos cortos, por su versatilidad son adaptables a la parrilla de programación de las emisoras de interés público asignadas a comunidades indígenas, e incluso no indígenas, en el sentido de que son de corta duración, bajo costo, fácil elaboración y ofrecen dinamismo.

El trabajo de campo realizado en la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm y la comunidad hacia la que se dirige, da cuenta que los formatos pueden aportar a las comunidades, en los procesos de fortalecimiento de la cultura, de sus costumbres y creencias, a través de testimonios, que hacen parte de la memoria histórica, que permiten recordar hechos y sucesos importantes para una comunidad.

La elaboración de formatos cortos y su aplicación en la emisora a manera de prueba piloto, evidenció que cumplen con las cualidades que se necesitan para hacer de una parrilla de programación dinámica, por su versatilidad como se había mencionado anteriormente, bajo costo, corta duración, fácil creación, dinamismo, y lo más importante que aportan a los procesos de fortalecimiento de la cultura, así como también crean lasos de interactividad con las audiencias, lo que permite la inclusión y participación de las mismas.

De acuerdo al trabajo de campo que se realizó en la emisora Nuestra Voz de Morales, y los resultados obtenidos, se propone la creación de una Guía de Formatos Cortos para Radio de Interés Público Asignada a Comunidades Indígenas, tomando como una prueba inicial, el desarrollo de tres formatos representativos para esta clasificación.

Los tres formatos que se emplean a lo largo del trabajo y la investigación, son Rostro Sonoro, Paisaje Sonoro y Vox Pop, el primero es abordado por su versatilidad, forma y tamaño, ya que permite en un lapso de tiempo, bastante limitado contarle a su comunidad, historias hechos y sucesos que deben prevalecer en la memoria histórica de sus pueblos desde la voz de su protagonista.

El segundo es abordado por su pertinencia, forma y duración, ya que a través de la construcción sonora, se recrean sitios y lugares emblemáticos para cada comunidad, generando sentimientos de pertenencia y amor por su territorio.

Finalmente el tercer formato, pretende acercarse a la gente, crear un sondeo de opinión de la gente, para saber qué postura tienen con respecto a un tema en específico que se pretenda analizar o medir, además crear dinamismo e interactividad con los oyentes, puesto que a mucha de la gente le gusta oírse, sentirse importante y participe de algo.

Las características de un vox pop, hacen referencia a un sondeo anónimo, que permite establecer el clima y tener una percepción frente a una temática a modo collage, además cabe resaltar que por la extensión de las respuestas no hay lugar para resaltar el autor.

De acuerdo a la descripción de cada uno de estos formatos, se clasifican como cortos, por su tamaño que no excede los 2 o tres minutos, dinamismo, fácil creación, ya que se pueden obtener con un tipo de grabadora accesible, en formatos como Wav y Mp3 desde 128 a 320 Kbps lo que garantiza un estándar mínimo de calidad.

Cabe aclarar que en efecto existen otros formatos cortos como el micro relato, el sketch o el spot, que tienen gran impacto también, pero su elaboración requiere capacitación de personal de una manera más exhaustiva para que se emplee un buen contenido sonoro, por ello se adecuan 3 formatos pertinentes de fácil creación, como se menciona anteriormente.

## **1.2. LA RADIO**

La radio desde sus orígenes ha tenido un objetivo claro, llegar a las audiencias de una manera cómoda para entablar una determinada interacción comunicativa, de la manera tradicional emisor, receptor, medio; a fin de producir sensaciones de alegría, compañía, participación y entretenimiento, en la audiencia u objetivo específico, para diferenciarse de lo que otro medio no causa; creando un mundo más allá de las imágenes, a través del sonido y la imaginación

Este medio de difusión masiva ha ocupado un papel crucial en la historia, acortando distancias entre todas las sociedades. La radio después de la comunicación por teléfono y alámbrica fue el segundo invento más importante, al permitir una interacción comunicativa inalámbrica de mayor alcance, créditos que

se le atribuyen a una serie investigadores e inventores que hicieron que se pudiera concretar la magia de transmitir por medio de un micrófono.

Desde la teoría del electromagnetismo del escocés James Clerk Maxwell, en 1867, pasando por los aportes del físico alemán Heinrich Hertz, quien realizó la primera transmisión sin hilos a través del estudio de la radiación y el electromagnetismo en el año 1887; confirmando así la teoría de Maxwell, que dio paso al primer intento de radio comunicación.

Más adelante (1859-1905) Alexander Papov, descubre lo que sería la primera antena constituida por hilo metálico, de esta manera y con aportes como estos se llega a la invención de la radio a manos de Marconi quien realizó los experimentos definitivos, que le proporcionaron el título del inventor de las radiocomunicaciones, para el año 1895, pero solo hasta el año 1906 se pudo transmitir la voz humana de manera inalámbrica<sup>4</sup>.

“El primer contacto por radio en Francia tuvo lugar en 1898 entre la Torre Eiffel y el Phanteon a 4 Km, en París”<sup>5</sup>; para ese entonces el invento apenas estaba tomando auge. Los investigadores seguían trabajando para mejorar técnicamente la radio, por ello en el primer capítulo del libro Historia y Evolución de la Radio se dice que, fue solo hasta la aparición del ruso, David Sarnoff, que se toma la radio como un medio de comunicación para un público amplio, recordando a este personaje porque tuvo contacto con el Titanic e informó del desastre de 1912, Sarnoff propone a la radio como medio de comunicación para las familias y

---

<sup>4</sup> CAPÍTULO I, HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA RADIO. [Citado en 27 de Febrero de 2018].

Disponible en internet:

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/pacheco\\_p\\_fl/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo1.pdf)

<sup>5</sup> GONZÁLEZ CORDERO, Tania. Análisis. Radio. [EN LINEA]. 2012. [Citado en 26 de 2019]. Disponible en internet: <https://thanzcor.wordpress.com/2012/04/02/analisis/>

hogares, aunque no tuvo aceptación fue un aporte muy importante.<sup>6</sup> Es así como este medio se abrió espacio en el tiempo y la historia de la humanidad, puesto que el invento llegó a casi todos los rincones del mundo, y por su puesto Colombia.

La radio en Colombia ha estado presente desde épocas remotas, convirtiéndose en parte de la cotidianidad de sus habitantes, alcanzando gran impacto desde los pequeños pueblos en el campo hasta en las grandes ciudades, se ha adecuado a un hábito de vida, dando inicio desde el primer sorbo de café en la madrugada hasta las últimas horas del día. Se ha convertido en un instrumento de compañía, de información, así como de interacción entre las audiencias.

Antes de llegar la televisión, los torneos de fútbol, ciclismo, las radionovelas, noticias, eventos y sucesos, se vivían por la radio. Se puede decir, que vivían por la radio, porque aquel que se denomina como locutor, tenía la misión y la responsabilidad de crear en sus audiencias un imaginario de la realidad, un escenario en tiempo real, acerca de lo que estaba pasando a mucha distancia, objetivo que se lograba gracias a la radio.

El principal referente histórico de la radio en Colombia, para lograr entender la razón de ser de la propuesta sobre la realización de la *Guía de Formatos Cortos para Emisoras de Interés Público Asignadas a Comunidades Indígenas*, hace referencia a la radio Sutatenza y todo el contexto político, social vinculado a esta práctica.

“Entre 1945 y 1965 Colombia presencia un conflicto político que tiene su escenario más vivo en las zonas rurales colombianas. La Violencia, nombre propio que ha asumido esta etapa, tuvo consecuencias trágicas de las que puede dar cuenta la cifra de aproximadamente 300 mil muertos como saldo,

---

<sup>6</sup> Ibíd., p. 18.

y se encuentra aún presente como un eco persistente en la vida política y social del país”<sup>7</sup>

Se habla de que sigue persistente porque aún en la actualidad se vive una determinada violencia, que ha golpeado a millares de familias en todo el país causando desplazamiento, pobreza y por supuesto la muerte; no hay gran diferencia con la situación vivida en décadas pasadas, aunque cabe resaltar que esta situación se vive en una menor medida.

“La Violencia desencadenó una solución efectiva al conflicto incontrolable, por parte de los partidos tradicionales. Liberales y conservadores se vieron obligados, después de recuperar sus fuerzas, a realizar diferentes pactos que restablecían la distancia entre las élites políticas y el pueblo, y que desembocarían años después en una dictadura militar (la única en Colombia), de orientación populista, que logró en poco tiempo estabilizar de nuevo el país, y a la larga permitió restablecer y reforzar la política bipartidista a través de un nuevo pacto entre las élites. Es en este clima que se desarrolla la primera experiencia que podríamos ubicar como antecesora de la Radio Comunitaria, y al igual que en las diferentes etapas de desarrollo de la sociedad colombiana se erige como una paradoja el hecho de su capacidad de convocatoria, de movilización y de organización frente al contexto de violencia en que se desenvuelve. El proyecto de Radio Sutatenza logra crecer en muy poco tiempo pese a que su zona de influencia es una de las más afectadas por el conflicto entre “rojos” y “azules”, liberales y conservadores.”<sup>8</sup>

De esta manera la radio Sutatenza nace en el año 1947, acreditada a un sacerdote, que le da vida a este proyecto en un pequeño pueblo del Municipio de Boyacá al nororiente de la actual ciudad de Bogotá, quien ejercía como párroco en aquella localidad. Para los años cincuenta la alfabetización y educación se convierte en un mecanismo, para garantizar la inclusión en lo que se determinó

---

<sup>7</sup> Osse Rivera, S.L. (2015, Julio-Diciembre). Cincuenta años de Radio Comunitaria en Colombia. Análisis sociohistórico (1945-1995). *Rev. Cient. Gen. José María Córdova* 13(16), 263-283

<sup>8</sup> OSSES, Rivera. S.L. (2015, Julio-Diciembre). Cincuenta años de Radio Comunitaria en Colombia. Análisis sociohistórico (1945-1995). *Rev. Cient. Gen. José María Córdova* 13(16), 263-283

como los países modernos, por tanto la radio Sutatenza toma mayor fuerza en la sociedad, en el afán de alcanzar la “modernidad”.

Desde este principio básico acerca de la importancia de la radio en Colombia, se han ido construyendo diferentes enfoques, como la radio comunitaria, comercial y de interés público, cada una ofrece a sus audiencias contenidos diferentes que se enmarcan en los gustos del oyente como en la competitividad de las mismas. En la actualidad la radio comercial posee mayor auge, liderada por dos grandes cadenas RCN y Caracol, grupo prisa radio; quienes ocupan el rating a nivel nacional.

Al tomar bastante apogeo la radio comercial, se tiende a desviar un poco el objetivo que se tenía con la radio desde sus inicios, de entablar una relación comunicativa cercana y familiar, pero se ha convertido en algo banal que no contribuye al desarrollo social de una comunidad. Es ahí donde toma fuerza los intereses y los objetivos hacia dónde va orientada la radio de Interés Público.

Si se tiene en cuenta que “La memoria sonora colombiana corre el riesgo de perderse, por lo que el país está en mora de preservar y aprovechar su complejo y diverso patrimonio sonoro. Esas memorias deben preservarse para el futuro, los relatos de ayer escucharse de nuevo, aunándolos a nuevas interpretaciones y formatos para las audiencias de hoy, promoviendo el conocimiento de procesos sociales, cambios e identidades. El Estado tiene la obligación de impulsar, de forma conjunta entre los sectores de comunicación y cultura, los proyectos conducentes a la preservación del patrimonio sonoro”<sup>9</sup>

Para las comunidades indígenas la preservación de sus costumbres, cultura y ancestros es un tema sumamente importante, puesto que es una forma de

---

<sup>9</sup> BUENDÍA ASTUDILLO, Alexander. Y PINO CORREA, Juan Carlos. Radio Local, opinión Pública Y Participación Ciudadana. Enero-junio, 2008. Vol. xxvii. No. 52., p.84-96.

mantener viva una identidad étnica territorial de siglos pasados hasta la actualidad, bajo sus propias reglas y cosmovisión.

Este tipo de expectativas se relacionan al programa “Comunidad”<sup>10</sup>, creado en 1999. Un proyecto que tuvo como objetivo el fortalecimiento de la cultura, costumbres e identidad de los pueblos indígenas minoritarios, a través de la radiodifusión sonora dentro de la clasificación de radio de interés público.

Se logró la implementación de una gran cantidad de emisoras en todo el país a fin de fortalecer procesos de recuperación de la cultura, con énfasis a las comunidades indígenas para quienes sus ritos y costumbres deben perdurar en el tiempo, y de esta manera conservar la identidad étnica que los caracteriza e identifica como patrimonio de las comunidades indígenas y del país.

Por consiguiente se puede deducir, que la radio sigue tomando un papel crucial en las comunidades y lo que respecta a la comunicación masiva, puesto que permite grandes alcances geográficos gracias a sus características orales y lingüísticas, generando el desarrollo de conceptos étnicos, culturales y sociales.

En el departamento del Cauca, se ha encontrado a través de esta investigación, un proyecto denominado Radios ciudadanas: espacios para la democracia, un trabajo que ha tenido lugar en 6 municipios a través de 7 emisoras, cinco de ellas comunitarias y dos de Interés Público, con el objetivo de fortalecer procesos democráticos a través de una franja de opinión en la parrilla de programación.

Donde “La programación y la emisión de los programas radiales<sup>2</sup> (nacionales y locales) fueron los componentes que ayudaron a consolidar la franja de opinión como un espacio de opinión y debate en torno a temáticas de interés público —

---

<sup>10</sup> SUBDIRECCIÓN DE RADIODIFUSIÓN SONORA. [EN LINEA]. [Citado en 01 de Marzo de 2018]. Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2308.html>



relacionadas con la democracia y la participación ciudadana”<sup>11</sup> cabe destacar que es precisamente este tipo de espacios los que permiten un acercamiento familiar y cercano con las comunidades, que de alguna manera generan procesos de empatía e inclusión con sus audiencias.

Las audiencias entendidas desde una concepción más amplia, que la del simple receptor u oyente; que recibe la señal de la radio. Para el comunicador social José Luis Valderrama en el Módulo Innovación y creatividad, Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas las define como “un segmento de la población a quien dirigimos un producto radial. No es quien nos escucha sino quien queremos que nos escuche.”<sup>12</sup> En este mismo sentido Valderrama cita a la investigadora argentina Maria Cristina Mata, que define este concepto como “un objeto histórico cambiante”. Para concluir que “Uno no decide ser audiencia de un programa de radio, uno es elegido como audiencia.”<sup>13</sup>

En consecuencia este proyecto buscaba generar una forma de hacer radio diferente a la de siempre, a la relacionada con lo comercial, en el sentido de que pretende aportar a los intereses comunitarios y democráticos, apostándole a la implementación de contenidos de opinión duradero, para fortalecer los espacios de reflexión y debate en una comunidad.

El departamento del Cauca cuenta con un referente importante que hace referencia al Concejo Regional Indígena del Cauca (CRIC) “que tiene un importante protagonismo en el fortalecimiento de la Asociación de Medios

---

<sup>11</sup> BUENDÍA ASTUDILLO, Alexander. y PINO CORREA, Juan Carlos. Radio Local, opinión Pública Y Participación Ciudadana. Enero-junio, 2008. Vol. xxvii . No. 52., p.84-96.

<sup>12</sup> VALDERRAMA, José Luis. Construyendo Paz desde la Cultura, Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

<sup>13</sup> *Ibíd.*, p. 22.

Indígenas de Colombia, Red AMCIC.”<sup>14</sup> Donde cabe resaltar el trabajo que se realiza desde las emisoras que hacen parte de esta red como Namui Wan Estéreo, antes llamada Guambia estéreo 92.2 fm, como también Aires del Pueblo Yanacona Estéreo, entre otras nueve emisoras, que se fundamentan a partir de una problemática en común, la cual hace referencia a la pérdida de costumbres y lengua por las nuevas generaciones, así como el interés de fortalecer aspectos étnicos, sociales y culturales.

Mediante esta red de emisoras de alguna manera se ha logrado interactuar con las comunidades indígenas y se ha logrado la difusión de cada una de sus costumbres. De acuerdo a este tipo de ejemplos o referentes de la radio indígena se puede diferir que efectivamente la radio constituye un campo social en cuanto a la oralidad y la comunicación de manera innegable.

Pero que a pesar de los intentos por contribuir al desarrollo étnico social de sus comunidades no se están empleando los diversos formatos que existen en radio para dinamizar la programación y de esta manera alcanzar resultados eficaces en cuanto a sus objetivos en común.

Cabe resaltar que si no existe el conocimiento del uso de los diversos formatos que contribuyan a estos procesos resulta difícil ejecutarlos, es ahí donde toma fuerza la propuesta de elaboración y ejecución en las emisoras de Interés público, asignada a comunidades indígenas, de una guía de formatos cortos en radio que genere dinamismo en la parrilla de programación; un claro ejemplo se ve reflejado en la cartilla denominada “Gerencia y Gestión en la Radio Comunitaria” que a través de páginas escritas y didácticas muestran como es el trabajo en radio, a qué tipo de formato clasifica entre diversas funciones que se deben emplear.

---

<sup>14</sup> CUESTA, O. (julio - diciembre 2012). Investigaciones radiofónicas: de la radio a la radio indígena. Una revisión en Colombia y Latinoamérica. *Ánfora*, 19 (33) 165-183. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538..

Resulta importante el empleo de este tipo de contenidos escritos, puesto que se toman como ejemplo o referente de trabajo en el desarrollo de las actividades diarias en una emisora.

### **1.3. TIPOS DE RADIO**

Existen tres enfoques, Comercial, Comunitario y de Interés Público cada uno con unas cualidades y especificaciones diferentes de acuerdo a la Resolución número 00415 de 13 Abr. 2010. Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones, se clasifica en:

a) Radiodifusión sonora comercial. Cuando la programación del servicio está destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente y el servicio se presta con ánimo de lucro, sin excluir el propósito educativo, recreativo, cultural, científico e informativo que orienta el Servicio de Radiodifusión Sonora en general.

b) Radiodifusión sonora de interés público. Cuando la programación se orienta, a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, sin ánimo de lucro, a cargo y bajo la titularidad del Estado.

c) Radiodifusión sonora comunitaria. Cuando la programación está 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”.<sup>15</sup>

De esta manera se pueden clasificar tres categorías de radio, haciendo énfasis en la radio de interés público, a la cual está dirigida la investigación a través de la emisora Nuestra Voz Estéreo de Morales; como prueba piloto, para resaltar sus cualidades y dinamismo, en torno a que es un tipo de radio asignada a comunidades indígenas que rige bajo esta titularidad de acuerdo al decreto 410 de 2009.

“La radiodifusión sonora de interés público tiene como propósito satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, en el área geográfica objeto de cubrimiento y tendrá como fines, contribuir al fortalecimiento del patrimonio cultural y natural de la nación, difundir la cultura y la ciencia y fomentar la productividad del país, promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática, preservar la pluralidad, identidad e idiosincrasia nacional, servir de canal para la integración del pueblo colombiano y la generación de una sociedad mejor informada y educada, difundir los valores y símbolos patrios, contribuir a la defensa de la soberanía, de las instituciones democráticas, asegurar la convivencia pacífica y brindar apoyo en la prevención, atención y recuperación de emergencias y desastres.

A través de las estaciones de radiodifusión sonora de interés público podrán transmitirse eventos recreativos y deportivos en los que participe la comunidad y programas culturales y académicos de interés social.

Igualmente, podrán transmitirse programas de carácter informativo que estén directamente relacionados con los fines del servicio, con el fin de exaltar el respeto por lo público y los derechos ciudadanos.

A través del servicio de radiodifusión sonora de interés público, no podrá transmitirse ningún tipo de programa con fines proselitistas, emitir publicidad o propaganda comercial ni

---

<sup>15</sup> MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES.

Resolución Número 00415. (26, Febrero, 2018). Por La Cual Se Expide El Reglamento Del Servicio De Radiodifusión Sonora Y Se Dictan Otras Disposiciones. Resolución 415-2010. Bogotá, D,c, 13 de abril, 2010. no. 13. p. 6-

política. Los proveedores del Servicio de Radiodifusión Sonora de interés público no podrán arrendar los espacios.

Así mismo, las emisoras de interés público deberán poner a disposición del público el Manual de Estilo que deberá contener la visión, las políticas, los principios y criterios propios de las emisoras, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y a la pornografía y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del servicio. El manual de estilo servirá de guía para la generación de contenidos, formatos, redacción y planes de programación.”<sup>16</sup> Así lo estipula la Subdirección de Radiodifusión Sonora a través del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en la resolución 410 de 2009.

#### **1.4. RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADAS A COMUNIDADES INDÍGENAS**

La radio de interés público, según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a través de la Resolución Número 00415 de 13 Abr. 2010 estipula que esta hace referencia a “Cuando la programación se orienta, a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, sin ánimo de lucro, a cargo y

---

<sup>16</sup> SUBDIRECCIÓN DE RADIODIFUSIÓN SONORA, Radio De Interés Público. [EN LINEA]. Ministerio De Tecnologías De Las Información Y Las Comunicaciones, Mintic. [Citado en 01 de Marzo de 20019]. Disponible en internet: <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2308.html>

bajo la titularidad del Estado”<sup>17</sup> en este orden de ideas las emisoras indígenas han sido asignadas a esta clasificación de servicio de la radiodifusión sonora, para servir a la comunidad bajo parámetros estrictos que garantizan su funcionamiento y buen uso.

Cabe aclarar que “las emisoras indígenas en Colombia empezaron a funcionar bajo la denominación de radios de interés público, una categoría que estaba asignada para radios de universidades públicas, de la Policía y del Ejército Nacional (Decreto 2805 de 2008). Las emisoras indígenas son responsabilidad de los cabildos gobernadores de los resguardos, autoridades nativas legalmente reconocidas. Los movimientos aborígenes han exigido un marco legal diferente, que permita hablar de radios indígenas, es decir, no de radios de interés público ni comunitarias”<sup>18</sup> por consiguiente este tipo de emisoras ejercen bajo la titularidad de lo que refiere al interés público, puesto que aún no se ha asignado la patente de radios indígenas.

Rodríguez, Clemencia y El’gazi, Jeanine, en la revista denominada como La Poética de la Radio Indígena en Colombia, resaltan el trabajo del movimiento social indígena en las deliberaciones con relación a la reforma constitucional de 1991, donde tres argumentos serían la base de funcionamiento, desde “las diferencias culturales, la especificidad de las necesidades y la deuda histórica del Estado colombiano hacia las comunidades indígenas- la Constitución de 1991 reconoce que los pueblos indígenas colombianos merecen un trato diferencial por parte del Estado.”<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES. Resolución Número 00415. República De Colombia.2010. 35 p.

<sup>18</sup> CUESTA MORENO, Oscar Julián. Observaciones Sobre La Radio Indígena Colombiana. Marzo, 2013. Vol. 16. No. issn 0122-1213., p.142-155.

<sup>19</sup> RODRÍGUEZ, Clemencia, and JEANINE El’Gazi. "La poética de la radio indígena en Colombia." *Rincón y otros. Ya no es posible el silencio. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-Friedrich Ebert Stiftung* (2007): 239-262.

En consecuencia a estos argumentos “Como parte de este tratamiento diferencial y favorable sancionado por la nueva Constitución, el Estado colombiano es responsable de proveer a los pueblos indígenas de medios de comunicación.”<sup>20</sup> en relación a la radio, se asignó la modalidad de Radio de Interés Público, una categoría asignada a entidades públicas del Estado como Universidades, Policía y Ejército Nacional.

En la investigación de Rodríguez, Clemencia y El’gazi, Jeanine, en la revista de La Poética de la Radio Indígena en Colombia, los pueblos Indígenas de alguna manera querían evitar las categorizaciones de Radio Comunitario e Interés Público, puesto que la primera restringe la potencia de los transmisores que la emisora está autorizada a utilizar y por lo tanto limita la cobertura territorial, en este punto cabe resaltar que en Declaración de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena de Abya Yala, donde especifica “Que la comunicación indígena sólo tiene sentido si, en el marco de nuestra cultura, la ponemos al servicio de la vida para dar a conocer a todos los pueblos del Abya Yala y al mundo, las luchas por nuestros territorios, por nuestros derechos, por nuestra dignidad e integridad”<sup>21</sup>. Por consiguiente esta categorización limita la cobertura de la intensidad y razón de ser de los pueblos indígenas.

Mientras que la segunda categoría, prohíbe la emisión de publicidad, un recurso con mucho potencial para garantizar la sostenibilidad económica de las emisoras indígenas, pero “el gobierno colombiano rechazó la propuesta de diseñar una nueva categoría legal específica para regular la “radio indígena” y optó por asignar las licencias como “radio de interés público”.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> *Ibíd.*, p. 27.

<sup>21</sup> Declaración de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena de Abya Yala

<sup>22</sup> RODRÍGUEZ, Clemencia, and JEANINE El’Gazi. "La poética de la radio indígena en Colombia." *Rincón y otros. Ya no es posible el silencio. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-Friedrich Ebert Stiftung* (2007): 239-262.

En consecuencia en la Declaración de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena de Abya Yala, una de las Solicitudes a los Estados es “Articular el esfuerzo continental de nuestros pueblos y sus comunicadores indígenas para exigir a los Estados nacionales el respeto al derecho a la comunicación y a la información, realizando las reformas legislativas necesarias para un marco jurídico que fomente los sistemas de comunicación propios y la formación permanente en todos los niveles, de acuerdo a nuestra cosmovisión y cultura”.

## **1.5. COMUNIDADES INDÍGENAS Y LA RADIO**

En el departamento del Cauca existen alrededor de ocho etnias indígenas con sus diferentes resguardos y cabildos, desde la zona sur, a la norte, donde la radio ha entrado a formar parte importante en los procesos de defensa territorial, desarrollo de identidad y autoridad en las diferentes comunidades que conforman el departamento.

Gracias al funcionamiento de este tipo de radio, bajo la coordinación del CRIC (Consejo Nacional Indígena del Cauca), se han obtenido algunos logros que se resaltan tales como “Contribución a la participación política de los(as) jóvenes, mujeres y mayores, fortaleciendo la democracia en la toma de decisiones en las organizaciones sociales y comunidades de los pueblos indígenas del Cauca.”<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> CONSEJO REGIONAL INDÍGENA DEL CAUCA, Cric. Emisoras Indígenas Filiales. [EN LINEA]. [Citado en 31 de Octubre de 2018]. Disponible en internet: <http://www.cric-colombia.org/portal/proyecto-politico/programa-comunicaciones/red-amcic/emisoras-indigenas-filiales/>



Esto ha sido posible porque la radio desde sus inicios ha marcado una línea participativa entre pueblos, que ha permitido la conservación de costumbres y también ha desarrollado procesos de interculturalidad.

Otro de los logros es aquel que se relaciona con el “Fortalecimiento de las emisoras indígenas y comunitarias filiales a la Red-AMCIC.”<sup>24</sup> Una red que se fundamenta en el proyecto de comunicación indígena, que tiene como propósito hacer uso de los elementos de la comunicación masiva para mostrar a la sociedad la importancia de su valor étnico y cultural, así como también para denunciar la represión social que han sufrido las comunidades indígenas a nivel del departamento del Cauca.

Ha ocurrido una transición en la cultura de lo oral aquella vinculada o asociada a la manipulación de los medios de comunicación, en este caso sin dejar a un lado las costumbres y el folclor, por lo contrario, se ha logrado fortalecer y unificar formas de comunicar un mensaje o intención a través de géneros y formatos que se emplean en radio.

Teniendo en cuenta que un medio de comunicación tiene la capacidad de abarcar mayor cantidad de población que lo netamente oral, por ello la “Divulgación de productos comunicativos a través de programas de radio, video e impresos alusivos a lo social, identidad, políticas, cultural y economía de las comunidades.”<sup>25</sup> Es un logro que contribuye a la formación de nuevos procesos comunicativos que contribuyen al fortalecimiento de la cultura étnica.

---

<sup>24</sup> CONSEJO REGIONAL INDÍGENA DEL CAUCA, Cric. Emisoras Indígenas Filiales. [EN LINEA]. [Citado en 31 de Octubre de 2018]. Disponible en internet: <http://www.cric-colombia.org/portal/proyecto-politico/programa-comunicaciones/red-amcic/emisoras-indigenas-filiales/>

<sup>25</sup> *Ibíd.*, p. 30

Todo esto ha llevado al “Empoderamiento de los medios de comunicación con criterios propios”<sup>26</sup>. Propios en el sentido que no están sujetos a obedecer estándares comerciales o de intereses económicos, sino que se inclinan por lo social y comunitario, por todo aquel contenido que pueda contribuir a la comunidad en su diario vivir, de cierta forma se aleja de objetivos banales a los que se puede asociar la radio comercial.

## **1.6. IMPORTANCIA DE LA RADIO PARA LAS COMUNIDADES INDÍGENAS Y CAMPESINAS.**

La radio desde sus inicios ha sabido ganarse un lugar importante en el desarrollo de la humanidad, ha presenciado momentos históricos como la transmisión de la primera Vuelta a Colombia en 1951, de ciclismo, donde el ganador fue Efraín Forero Triviño, hasta la actualidad que sigue siendo muy importante.

La radio, para la comunidad habitante del Municipio Morales, es mucho más que un medio de comunicación, es un instrumento de intercambio, e interacción, se ha vuelto parte de la misma comunidad, porque se ha convertido en aquel instrumento o medio, que acerca distancias, que informa, entretiene, une, apoya, y educa a través de su programación.

La emisora Nuestra Voz Estéreo del municipio de Morales, es eso y mucho más para la comunidad, que en su mayoría de su población pertenece al sector rural, significando así, campo, territorio, naturaleza, cultura y medio ambiente.

---

<sup>26</sup> *Ibíd.*, p. 30

Por consiguiente la importancia de la emisora yace de suplir una necesidad de comunicación, para abrirse y expandirse en un campo étnico, social y cultural, que contribuye a su manera en procesos de comunicación más allá de lo habitual.

Cabe resaltar que una de las razones por las que se crea la emisora Nuestra Voz Estéreo es precisamente para suplir la necesidad de comunicación en las cordilleras del municipio, donde habitaban comunidades indígenas y campesinas que no tenían acceso a servicios públicos ni a medios comunicacionales que les permitiera estar en contacto con sus alrededores.

Es aquí donde la oralidad y la radio toman un papel importante en los contextos locales y rurales, porque permiten una interacción y acercamiento entre sí, para estar a la vanguardia de lo que sucede a su alrededor y al exterior de su territorio, es el medio por el cual se generan proceso de interculturalidad.

Teniendo en cuenta que la radio forma parte importante en un territorio, esta guía de formatos cortos pretende fortalecer el contenido de la programación, para transmitir un contenido rico en componentes étnicos y culturales que le contribuyan al desarrollo social de las comunidades indígenas al que va dirigido el proyecto (Resguardos Indígenas, Honduras, Agua Negra, Chimborazo) y en consecuencia a quien lo necesite, para así generar lasos comunicacionales entre pueblos.

Este proyecto desea tener en cuenta el quinto objetivo específico de la emisora, que refiere a “Facilitar la comunicación entre nuestras comunidades y con los demás sectores sociales del entorno”<sup>27</sup> a través de un medio masivo cercano a la comunidad y de fácil acceso como es la radio. Donde la creación de la guía de

---

<sup>27</sup> .PROYECTO EMISORA INDÍGENA, Zona Occidente Municipio De Morales Cauca. Resguardos Indígenas, Honduras, Agua Negra, Chimborazo. Morales Cauca.:Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm , [c.a.]. 9 p.

formatos sea un aporte de nuevas herramientas que contribuyan a dinamizar la parrilla de programación, en aspectos, étnicos, sociales y culturales.

Es por ello que el concepto de oralidad, se toma como base de la formación de procesos que conllevan al desarrollo étnico cultural de una comunidad, puesto que “el lenguaje oral, siempre lo ha sido, nuestra forma principal de acceso al conocimiento”<sup>28</sup> y que para llegar a conceptos de fortalecimiento de cultura “no debemos olvidar que la cultura, además de por vía escrita y audiovisual, continúa recibéndose también por vía oral, auditi-va.”<sup>29</sup>

De esta manera no se puede pasar por alto el concepto de oralidad, que en conjunto con lo auditivo hacen que la radio sea un medio masivo de comunicación que gracias a buen trabajo, permite el desarrollo de contenidos culturales y sociales que aportan a la identidad étnica de una comunidad.

Por consiguiente la oralidad y la radio, son un matrimonio que ha perdurado en el tiempo, y que se alimenta de diversas herramientas para llegar a los oyentes, donde resulta importante resaltar en la investigación, y sus resultados que más del 93% de los 308 encuestados (Ver grafica 11) han manifestado que la radio aún sigue significando un medio importante en el contexto social y cultural.

Su importancia se refleja en que para desarrollar las diferentes actividades diarias como en el trabajo, en la casa, en el transporte, en la calle, donde sea y como sea, la radio sigue presente; gracias a que es un medio que facilita un nexo comunicativo entre un grupo de trabajo detrás de un micrófono, una comunidad que habita un territorio, personas que han tenido que migrar, generando procesos

---

<sup>28</sup> RODERO, Emma. "Educar a través de la radio". Signo y Pensamiento, vol. XXVII, no. 52, 2008, pp. 97-109. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

<sup>29</sup> *Ibíd.*, p. 32

de interculturalidad que contribuyen a la conservación de sus costumbres y tradiciones.

Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm de Morales, Cauca, y la Red de emisoras que se constituyen como Indígenas a través del CRIC (Concejo Regional Indígena del Cauca) resaltan la radio como un medio importante e influyente en las comunidades, no solo de este municipio sino en gran parte del país, en una mayor medida en la parte rural debido a que la radio, se ha convertido en un instrumento más de compañía del día a día del agricultor, de la ama de casa, del estudiante, de los padres de familia, que mientras realizan sus labores diarias escuchan música, noticias, entretenimiento, sin detener sus actividades, formando así lasos de fidelidad con la radio que se generan al escuchar la voz de una persona que le habla al oyente con amor y empatía.

Las emisoras llegan a convertirse en un miembro más de las comunidades, un medio que informa y comunica, y que sobre todo resalta entre la competencia, por ello la mayoría de los productores de esta radio, Nuestra voz Estéreo de Morales, afirman con certeza que para ellos no existe como tal, una competencia directa, puesto que ninguna otra emisora ofrecerá el servicio que ellos le prestan a su comunidad, por diversos motivos, el principal radica en que las comunidades a las que está orientada la emisora se encuentran a muchos kilómetros de distancia, del centro poblado, el acceso es casi nulo hacia ciertos lugares, y muy difícil en otros, debido a la condición de sus vías de acceso, y el único medio de comunicación masiva para ellos, y de lo que pasa en su municipio, es la emisora.

Otro motivo de su importancia, es aquel que se enfoca a su razón de ser, que es una emisora de interés público, asignada a comunidades indígenas, ni comunitaria, ni comercial, con intereses a cubrir las necesidades de comunicación, bajo ideales indigenistas.

Por estas y muchas más razones consideran no tener una competencia directa, pero si indirecta, con algunas emisoras comerciales como Radio1, y otras informativas como Radio 10.40 AM

### **1.7. LAS TIC EN RELACIÓN A LA RADIO.**

El uso de las Tic o tecnologías de la información y la comunicación, han abierto un universo de posibilidades en el momento de comunicarse, que han hecho que este acto humano sea posible de manera fácil y satisfactoria.

Así como también en muchos lugares de Colombia la era de las tecnologías no cubre un cien por ciento de la población, el acceso a dispositivos electrónicos de alta gama es limitado, así como también gran parte de la población adulta y de la tercera edad no se han podido adaptar a los servicios que ofrece la era digital y tecnológica. Por consiguiente la radio aun toma gran protagonismo y utilidad en poblaciones de difícil acceso.

Es por ello que para gran parte de la población Moralense, o por lo menos aquella que habita la cordillera, a más de ocho horas de camino, por carreteras casi que inaccesibles, y alejados de aquello que se llama modernidad e incluso del contexto urbano, la radio sigue siendo un aparato tecnológico incluyente e importante, puesto que es el medio de comunicación masivo que logra llegar a los hogares de estas familias que viven alejadas de lo que sucede en el mundo de lo urbano.

Pero a pesar de que estas comunidades se encuentren alejadas de lo urbano, no significa que también estén completamente alejados de lo tecnológico, es aquí donde las Tics y la radio entran en fusión, puesto que se han adaptado formas para que el oyente pueda participar de un programa, desde su casa a través del Whatsapp e incluso de sus redes sociales en este caso de Facebook.

Cabe resaltar que este tipo de participación segmenta a su público, puesto que no todos tienen acceso al uso de las Tics, ni a un dispositivo electrónico, que permita la interacción vía tecnológica.

En consecuencia la radio sigue siendo la herramienta tecnológica, que conserva sus propiedades comunicativas de acuerdo a cada gusto y público, de esta manera la programación de la emisora Nuestra Voz Estéreo se encuentra adecuada para cada público.

## **1.8. ASPECTO SOCIAL Y CULTURAL.**

El Municipio de morales comprende una población con un alto índice de des escolaridad, en las personas de mayor edad, por consiguiente se puede evidenciar como, aún persiste uno de los principales problemas que posee no solo este municipio, sino muchos otros aledaños, en lo que refiere a comunidades rurales, muchas veces por la falta de oportunidades, otras por una cuestión de cultura, de pensar que mientras haya tierra que labrar, un machete que agarrar, y pan para comer, un lapicero y un cuaderno resultan relevantes.

Muchos jóvenes siguen esta forma de pensar y deciden cambiar las aulas de clase por el trabajo de campo, pero aquí no se desmerita el trabajo de campo, es cuestión de cambiar la forma de pensar, y empezar a construir procesos de inclusión para alcanzar la paz verdadera.

La paz también se construye desde el núcleo familiar, que para estas comunidades aún sigue siendo un factor muy importante y relevante en la mayoría de sus actividades diarias, de acuerdo a las encuestas las reuniones familiares, el convivir en familiar forma uno de los principales pilares en la estructura de una comunidad, donde el común denominador del contexto socio cultural es la familia. (Ver gráfica 7, 8, 10)

Para las comunidades morelenses y en especial para las indígenas, la tierra más que un espacio, representa vida, unión, oportunidades, sustento y posee un valor sentimental muy grande, por ende protegerla y cuidarla es una de las principales normas de la convivencia.

Pero reiterando el termino de sustento, es el lugar donde cada campesino, indígena y afro, siembra sus esperanzas, pero también siembran y cultivan frutas y hortalizas, el trabajo diario de labrar la tierra, ha hecho que cada persona sienta una conexión especial con la agricultura, con las diversas formas de plantar un árbol o una hortaliza.

Por consiguiente es casi normal que las personas sientan deseo de hablar de la agricultura, de hablar algo que les apasiona, que disfrutan, de algo que tienen en común casi todos que trabajan la tierra, compartir vivencias y experiencias hacen que una conversación cotidiana no se torne fugaz e incómoda.



Es común escuchar una conversación de dos personas que comparten un transporte público de camino al mercado en el centro poblado de Morales un día sábado, que don Miguel le comente a doña Nora, está bajo el precio del café, mi carga no tuvo buena venta porque nos está atacando la broca, y eso hizo que la calidad estuviera menor que la del año pasado, en respuesta doña Nora le dice, que es muy cierto que la broca está atacando muchos cultivos, pero que ayer en la tarde escucho por la emisora, en el programa del Ingeniero Víctor Astaiza, en Cauca Cafetero, que en algunas fincas se está implementando trampas de mucilago y que en efecto están dando muy buenos resultados.

Entre chanza y chanza, de conversar de café y luego de la caña, del frijol y de la arracacha, el tema de la agricultura, de las formas y técnicas es un tema en común que a la gente le gusta hablar. De experiencias como estas se puede deducir que en efecto estaría muy interesante realizar un programa de radio que abarque este tema en sus diversas facetas.

La agricultura y el trabajo se encuentran tan inserto en la cotidianidad del campesino e indígena de Morales, que ya hace parte de su personalidad de su cultura y de su forma de pensar.

Si bien cierto, que el tema de la agricultura es popular y común entre las comunidades, como una expresión social y cultural, la radio es el medio por el cual estos temas pueden llegar a expandirse, a construir conocimientos y por ende fortalecer lazos de paz.

## **2. PANORAMA DE LA INVESTIGACION, HACIA UNA RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADA A COMUNIDADES INDIGENAS**

### **2.1. NUESTRA VOZ ESTÉREO 98.9 FM DE MORALES CAUCA**

Es una emisora de interés público asignada a comunidades indígenas, que tiene como espacio de funcionamiento el Municipio de Morales Cauca, donde se llevó la investigación para determinar la pertinencia del uso de formatos cortos en radio.

El Municipio de Morales cauca está ubicado al occidente del departamento, su principal vía de ingreso se encuentra entre la carretera que conduce Popayán - Cali, desviándose en el poblado de Piendamó, a 48km de la capital caucana.

Posee una “superficie de 48.858 hectáreas, una altura de 1655 mts sobre el nivel del mar, una temperatura promedio de 18° C.”<sup>30</sup> Integrado por dos grandes representaciones geográficas, entre la extensión de la meseta de Popayán y la Cordillera Occidental, que limita con “Cajibío, Piendamó, Suárez, Buenos Aires,

---

<sup>30</sup> RUTA ECO TURÍSTICA DE LA PROSPERIDAD, Reseña Histórica, Morales, 2005

Caldono, El Tambo, López de Micay. Ubicado al noroccidente del departamento del Cauca”.<sup>31</sup>



Tomado de google maps<sup>32</sup>

Es un territorio rico en cuanto a recursos naturales como hídricos, por consiguiente “sus ríos más destacados son: Inguito, Dinde, Quingos, Agua Clara, Carpintero, San Martín, Agua Negra y Ovejas, que tributan sus aguas al embalse Salvajina”<sup>33</sup>

Este territorio está conformado por “62 veredas 7 distritos de panificación, distribuidos en cuatro sectores: Campesinos, Indígenas, y un grupo reducido de población afro colombiana. Existe una gran dispersión demográfica, a causa de la economía de subsistencia y sin servicios públicos.

---

<sup>31</sup> Ibíd., p. 39.

<sup>32</sup> Mapa Morales Cauca. [EN LINEA]. Google Maps. [Citado en 20 de Mayo de 2018]. Disponible en internet: <https://www.google.com.co/maps/place/Morales,+Cauca/@2.7540415,-76.6297191,15.07z/data=!4m5!3m4!1s0x8e307272062426b3:0x91657325d2f15c54!8m2!3d2.753912!4d-76.628114?hl=es-419>

<sup>33</sup> Ruta Eco turística de la prosperidad, Datos generales de Morales Cauca, Morales, 2005

Los indígenas por su parte ocupan principalmente las estribaciones de la cordillera Occidental, descendientes de la etnia Páez, que a raíz de la guerra de los Mil días y Época de la Violencia debieron emigrar a la Zona, allí constituyeron sus Resguardos de Agua Negra, Chimborazo y Honduras.

En esta región se observa una densidad de población del 22.6%Km. Cuadrados, por otra parte a raíz de distintos factores existen asentamientos de familias Guambianas y el asentamiento del resguardo de Mosoco, Páez, llegados tras la tragedia del Río Páez”.<sup>34</sup>

Morales es un municipio que posee más de dos siglos desde su fundación, hasta la actualidad, “data de 1762 aunque su conformación se establece en 1806 gracias a un puñado de Moraleses encabezados por el Sr. Juan Manuel Morales y el presbítero Luis Gerónimo Morales”<sup>35</sup>. De esta manera así se demarcan los inicios de dicho municipio, rico en diversidad cultural, social y etnográfica.

Es un territorio donde su economía está ligada en una primera instancia al cultivo de café, “seguido de la caña panelera, yuca, plátano y otros cultivos además de la ganadería, la minería (carbón) y el comercio.”<sup>36</sup>

Además esta región posee un gran potencial en cuanto al turismo, por atractivos naturales, como el embalse de la Salvajina y los balnearios naturales.

---

<sup>34</sup> PROYECTO EMISORA INDIGENA ZONA OCCIDENTE MUNICIPIO DE MORALES CAUCA, Morales (Cauca). [DOCUMENTO IMPRESO]. [Citado en 20 de Mayo de 2018].

<sup>35</sup> Ruta Eco turística de la prosperidad, Reseña Histórica, Morales, 2005

<sup>36</sup>Ruta Eco turística de la prosperidad, Datos generales de Morales Cauca, Morales, 2005

## **2.2. PERTINENCIA DE LOS FORMATOS CORTOS**

A través de la realización de un diagnóstico estadístico dentro de la población que escucha radio, en el Municipio de Morales Cauca, se pretende ofrecer una alternativa de dinamismo en la parrilla de programación existente, a través de la realización de formatos cortos, con el fin de fortalecer aspectos sociales y culturales en las comunidades indígenas, que dentro de su cosmovisión resultan sumamente importantes, en aras de preservar sus tradiciones ancestrales.

Es precisamente el objetivo de preservar sus costumbres ancestrales y generar lasos comunicacionales a través de la radio, en consecuencia resulta importante conocer la opinión de las audiencias, para determinar la pertinencia de la realización de los formatos cortos.

La Emisora Nuestra Vos Estéreo 98.9 HJZ tiene como función informar, entretener y difundir la información hacia sus audiencias, pero de cierta forma aquello que se relaciona con lo social y cultural, carece de contenidos que lo hagan mucho más dinámicos.

Para la realización de los formatos cortos, se tuvo en cuenta tres principales variables, aquella que hace referencia, a las audiencias, la normatividad de radio en Colombia, y los realizadores o productores de radio, esta información, será ampliada de una manera más precisa un poco más adelante.

Es por ello que se realizó una investigación a las audiencias a través de la encuesta, y así determinar, el porcentaje de población que escucha radio, qué tipo de radio les gusta escuchar, en qué momento la prefieren escuchar, qué temas prefieren, y así determinar la pertinencia y el enfoque de los formatos cortos.

*¿Cuál es la importancia de este proyecto para la Emisora Nuestra Vos Estéreo 98.9 HJZ, radio para todos de Morales, Cauca?*

Su importancia radica en que existe un objetivo general, para el funcionamiento de la emisora, que se puede apreciar en el Proyecto de Emisora Indígena Zona Occidente del Municipio de Morales Cauca, donde dice que se debe “apoyar y fortalecer el desarrollo cultural, social económico y político, de nuestro pueblo”<sup>37</sup> y la manera pertinente de apoyar este objetivo es a través de los formatos cortos, por su fácil creación, edición y dinamismo.

“La palabra FORMATO viene del vocablo latino “forma”. Los formatos son las figuras, los contornos, las estructuras en que vienen los contenidos”<sup>38</sup> entre la variedad de formatos, este trabajo se inclina por desarrollar aquellos que se denominan como cortos, de poca duración y de fácil creación que permite dinamizar la parrilla de programación. Daniela Naranjo en su tesis de grado para obtener el título de periodista cita a Mario Kaplum donde dice que “Existen varios factores que determinan los formatos como: la cantidad de elementos de lenguaje que se utiliza, tiempo de duración y sensibilidad artística para mezclar los elementos del lenguaje radiofónico”<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> PROYECTO EMISORA INDIGENA ZONA OCCIDENTE MUNICIPIO DE MORALES CAUCA, Morales (Cauca). [DOCUMENTO IMPRESO]. [Citado en 20 de Mayo de 2018].

<sup>38</sup> NARANJO ESPINOSA, Daniela Alejandra. Propuesta Periodística Radiofónica Para Programas Educativos En Turismo Sostenible Que Beneficia El Desarrollo Comunitario, A Través De La Coordinadora De Radio Popular Educativa Del Ecuador Corape, En Las Comunidades Rurales Del Cantón Tena. Periodista. Ecuador.: Universidad De Las Américas. 2012. 269p.

<sup>39</sup> KPLUM, Mario, producción de programas de radio CIESPAL, Quipus Quito Ecuador, 1999, p 157.

Es precisamente la duración de un formato corto lo que la hace especial, debido a que la humanidad está atravesando la era de la inmediatez, donde una persona no presta atención a un contenido por más de dos minutos, puesto que se torna aburrido y tedioso, mientras que si se trata de contenidos cortos tendrán más capacidad de impacto en el oyente.

Pero un contenido es atractivo para una audiencia siempre y cuando cuente con un gancho y un hilo conductor que atrape a su objetivo, es ahí donde entra en juego lo que se denomina como sensibilidad artística a la que se refiere Kaplum, la que conduce a los elementos del lenguaje radiofónico y hace que un formato corto cuente con las características específicas que lo definen. Por tanto la creación de este tipo de contenidos permite realizar un acercamiento a lo que se debe manejar en una radio de interés público.

### 2.3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se optó por utilizar el método investigativo mixto, que expone desde su fundamento teórico que “lo cualitativo se justifica como una reacción a una producción de datos cada vez más precisos y más masivos,”<sup>40</sup> en el sentido que permite el acceso a grandes poblaciones y por ende a una aproximación de resultados mucho más amplia.

“La dualidad cuantitativo-cualitativo adopta nuevas formas y progresivamente se posibilita el acercamiento, mediante una tercera vía (Serres, 1991) que con-templa a ambas posiciones como compatibles y complementarias.”<sup>41</sup> Se complementan porque cada una aporta desde su enfoque datos importantes y relevantes que en conjunto llevan a una conclusión. Es por ello que para Gómez y Cruz Sánchez la cualidad y cantidad se reclaman lógicamente si no quieren perder su sentido

Además los autores Castro, Walter F., and Juan D. Godino. Resaltan que el método mixto “Puede añadir comprensiones que pueden perderse cuando se usa un solo método” <sup>42</sup>. En torno a la investigación este método permitió acceso a cifras cuantitativas que en complementariedad del método cualitativo se pudo llegar a una conclusión en común, ya que se midió en porcentajes la actual audiencia de la radio en estas comunidades que equivale a un 95%, esta cifra llevo a la conclusión de que en efecto, la gente aun escucha radio por encima del impacto tecnológico de los celulares la televisión entre otros dispositivos.

---

<sup>40</sup> GÓMEZ, M<sup>a</sup> Cruz Sánchez. "La dicotomía cualitativo-cuantitativo: posibilidades de integración y diseños mixtos." *Campo Abierto. Revista de Educación* (2015): 11-30.

<sup>41</sup> *Ibíd.*, p 50

<sup>42</sup> CASTRO, Walter F., and Juan D. Godino. "Métodos mixtos de investigación en las contribuciones a los simposios de la SEIEM (1997-2010)." (2011): 99-116.



Así mismo, de acuerdo al cuestionario se pudo conocer necesidades comunicativas, de fortalecimiento en aspectos culturales, a través de cifras unas más representativas que otras, pero que en últimas conllevaron al desenlace de las conclusiones, y por ende a la creación de una propuesta que ofreciera soluciones.

Es por ello que el método como lo afirma Castro, Walter F., and Juan D. Godino. Se pueden usar para incrementar la generalizabilidad de los resultados. En el sentido de que “Se pueden usar números para añadir precisión a las palabras, figuras y narrativas, y Se puede responder a un más amplio y completo rango de cuestiones de investigación porque el investigador no está limitado a un único método o aproximación.”<sup>43</sup>

De acuerdo al fundamento teórico sobre el método mixto en la investigación, nace la una pregunta ¿está la radio de interés público asignada a comunidades indígenas, trabajando de manera eficiente en los procesos comunicativos que fortalecen el desarrollo étnico, social y cultural de sus comunidades?

Conforme a esta pregunta inicial se desprende una labor de investigación que parte por determinar un campo de estudio para realizar una prueba piloto, de la cual se elige la emisora de interés público Nuestra Voz de Morales 98,9 Fm, así como su entorno y población para recolectar datos importantes y relevantes para el proceso.

Del primer acercamiento se obtiene que existen dos campos o variables de investigación (**producción radial, audiencias y programación**), que se deben abordar desde campos metodológicos diferentes, es ahí donde se propone el método mixto cualitativo cuantitativo para la recolección de datos.

---

<sup>43</sup> Ibid. p. 46

La primera variable de investigación se enfoca en la **producción radial** de la emisora, desde los productores radiales hasta el contenido que ofrece a los oyentes.

La recolección de datos para esta variable de investigación conlleva a la utilización del método cualitativo, puesto que va dirigido las personas encargadas de la producción radial de la emisora Nuestra Voz de Morales, Coordinador, tesorero, locutores o comunicadores que trabajan ahí, para dar respuesta a la pregunta ¿Cuál es la propuesta de radio que tienen los productores en la emisora?

La segunda variable hace referencia a las **audiencias y programación**, para la recolección de datos, en este campo se propone la utilización del método cualitativo, cuantitativo (mixto) a través de la encuesta como técnica de recolección de datos, en torno a tres dimensiones *identificación, Preferencias y contexto socio – cultural, consumo y contacto con medios de comunicación*, que abarcan el sentido de la investigación, en la medida que se emplea preguntas abiertas, que permiten la libre opinión del entrevistado.

De esta manera se hace una recolección de datos en torno a un estudio de audiencias. Para el Comunicador Social José Luis Valderrama “investigar las audiencias no solo permite aprender de ellas, permite tejer con ellas relaciones sociales, políticas y culturales” <sup>44</sup> es así como el pensamiento y la opinión del oyente empieza a incidir en los programas, o por lo menos aquellos que se fundamentan en una dinámica participativa con los mismos, es por ello que

---

<sup>44</sup> VALDERRAMA, José Luis. .Apuntes De Comunicación Cultura Y Paz. Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

Valderrama acentúa en que “mientras más conocemos a las audiencias más herramientas adquirimos para ofrecerles posibilidades de participar en la radio”.<sup>45</sup>

Es por ello que dentro de la investigación se plantean tres dimensiones, que tiene como propósito conocer y caracterizar a las audiencias que actualmente tiene la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 FM de Morales.

### **2.3.1. DIMENSIONES Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN**

#### **2.3.1.1. Identificación.**

Mediante esta dimensión se pretende realizar un estudio del tipo de audiencia a la que está dirigida la emisora de interés público Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm de Morales, a través de las variables, edad, sexo, zona rural o urbana, etnia, ocupación y nivel de escolaridad, para llegar a una descripción de los posibles emisores u oyentes de la emisora.

Estas variables posibilitan conocer el tipo de audiencia, para hacer una clasificación estimada de posibles oyentes, entre cantidad de hombres y mujeres, rango de edades, jóvenes, adultos, tercera edad, ocupación, agricultores, estudiantes, amas de casa, entre otros, campesinos, indígenas, habitantes del casco urbano o rural, determinar su nivel de escolaridad.

---

<sup>45</sup> *Ibíd.* P. 48

### **2.3.1.2. Preferencias y contexto socio – cultural.**

De esta dimensión se desprenden las variables, ***¿Con quién vive?***, desde el análisis cuantitativo conlleva a una cifra, pero desde el cualitativo a concepto familiar o de soledad, a una forma de vivir, solo o acompañado,

***¿Cómo se divierte?***, esta variable tiene como propósito recolectar la opinión del entrevistado de manera libre, sin condicionamientos, lo que conlleva a datos sobre gustos y pasatiempos del oyente,

***¿De qué temas le gusta hablar?*** Este tipo de preguntas, desde el método cualitativo permite conocer y comprender a las personas en un contexto determinado, y desde lo cuantitativo se puede establecer la cantidad de personas que comparten temas y gustos en común, que podrían llegar a ser un programa de radio.

***¿Cuáles son sus actividades favoritas?***, existen una serie de actividades que como seres humanos a diario se comparten en común, como reuniones familiares, el trabajo, paseos, el deporte entre otras, precisamente esta variable pretende determinar qué es lo que le gusta los oyentes, de esta manera construir una propuesta que se adapte a gustos de la audiencia.

### **2.3.3.3. Consumo y contacto con medios de comunicación.**

Esta parte así como las antecesoras es muy importante puesto que sus variables son determinantes en la recolección de datos, debido a que a sus datos terminaran por definir si realmente es necesario crear una Guía de Formatos Cortos para la Radio de Interés público.

***¿Escucha radio? Sí – No***, la variable tiene como propósito determinar a través de cifras y porcentajes, acerca de la sintonización de la radio en el municipio, para corroborar que en efecto es un medio que ha perdurado en el tiempo.

***¿Qué emisora prefiere?*** determinar la preferencia de emisoras, conlleva a delimitar los gustos y la sintonía de las audiencias hacia un tipo de emisora.

***¿Cuáles programas de radio escucha y a qué hora?***, conocer el gusto de un programa y su hora de emisión, permite hacer clasificaciones de audiencias, por ende de los contenidos según sus convicciones.

***¿Qué genero prefiere?***, Informativo, entretenimiento, cultural, se hizo una clasificación de los géneros sobre los que trabaja la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm de Morales, teniendo en cuenta que la parte cultural no es abordada de una manera efectiva.

***¿Qué tipo de programas de televisión escucha y a qué hora?***, porqué preguntar de televisión, si la temática es radio, su pertinencia se fundamenta en que desde la llegada de este medio masivo de comunicación de cierta manera le quito audiencia a la radio, pero no logro acabarla.

***¿Tiene acceso a internet? Sí- No***

***¿Dónde?***

***Computador propio***

***Celular***

***Biblioteca***

Esta variable es muy pertinente puesto que la humanidad atraviesa por una era tecnológica y digital, además que los formatos cortos por su forma y tamaño están diseñados para ser compartidos a través de dispositivos electrónicos como el celular, pero lo que es incierto es el alcance tecnológico de las comunidades y acceso a redes de internet.

**¿Qué tipos de programas, que no ofrezca la radio local, le gustaría escuchar?**, finalmente esta variable pretende conocer las peticiones del oyente, acerca de lo que le parecería conveniente escuchar en su emisora.

A través del cuestionario se pretende conocer las comunidades, su forma de ser, sus gustos y convicciones, en torno a la temática de la radio de interés público y la emisora local que ofrece su servicio de radio difusión; para determinar la pertinencia de la Guía de Formatos Cortos, a través de un análisis mixto (cualitativo-cuantitativo), ya que toma elementos de ambos métodos para llegar a una conclusión.

### **2.3.2. Muestra**

De acuerdo al último estudio de audiencia e impacto realizado por la emisora, en el marco del proyecto Radios Ciudadanas: Espacios para la Democracia de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, el promedio de población que escucha radio en el Municipio de Morales Cauca, es de 1564<sup>46</sup>, de los cuales se seleccionaron 308 personas de acuerdo a la **formula cuantitativa**:

$$n = Z^2 \cdot \sigma^2 \cdot N$$

$$\frac{E^2 \cdot (N - 1) + 2^2 \cdot \sigma^2}{}$$

Teniendo en cuenta que “Se involucra a muchos sujetos en la investigación porque se pretende generalizar los resultados del estudio”<sup>47</sup>, y por ende son estadísticamente representativos para la investigación.

---

<sup>46</sup> CARREÑO, Stella. y BERMÚDEZ, Oscar Javier. Voces Y Sonoridades De Un Proceso Ciudadano. Sistematización De Una Experiencia Social Programa Radios Ciudadanas; Espacios Para La Democracia. [s.l.]. : Ministerio De Cultura, Dirección De Comunicaciones, 2010. 247 p.

<sup>47</sup> SAMPIERI, Roberto Hernández, et al. *Metodología de la investigación*. Vol. 6. México: Mcgraw-hill, 1998.

### 2.3.3. Fórmula para calcular el tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

**Donde:**

**n** = el tamaño de la muestra.

**N** = tamaño de la población.

Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

**Z** = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

**e** = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

En el diagnóstico que se realizó a la población que escucha radio, mediante encuestas se tuvo como referente la siguiente fórmula cuantitativa, quien permite tener un margen de confianza del 95% y de error del 5%. Esta muestra matemática facilita el no tener que hacer la totalidad de las encuestas a toda la población indígena del municipio de morales que escucha la radio Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ, ya sea por el número de personas a encuestar o porque éstas no se encuentran en un lugar accesible como la cabecera Municipal de Morales.

**Formula cuantitativa:**

$$n = \frac{Z^2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

n = muestra

z = nivel de confianza = 95% = 1.96

o = desviación estándar constante = 0.5

N = tamaño de la población

e = margen de error 5% = 0.05

$$n = \frac{Z^2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Se reemplaza por los valores equivalentes.

n = La que se pretende encontrar

Z = 95% = 1,96

$\sigma = 0,5$

N = 1564

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5^2 \cdot 1564}{0,05^2 \cdot (1564 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5^2}$$

Como resultado es:

$$n = 3.8416 \cdot 0.25 \cdot 1564$$

$$\frac{3.8416 \cdot 0.25 \cdot 1564}{0.0025 \cdot (1563) + 3.8416 \cdot 0.25}$$



$$n = 1502,0656$$

---

$$3.9075 + 0.9604$$

$$n = 1502,0656$$

---

$$4.8679$$

n = 308. 565418. Resultado final de encuestas a realizar.

El número de encuestas que se realizaron es de 308 por un promedio de población que escucha radio que es de 1564<sup>48</sup>, de acuerdo al último estudio de audiencia e impacto realizado por la emisora, en el marco del proyecto Radios Ciudadanas: Espacios para la Democracia de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, de esta muestra y al tener un margen de error menor al 0,5% se pretende dar conclusión mediante su tabulación y gráficas a los diferentes resultados de cada pregunta.

#### **2.3.4. Tipo de muestreo.**

Para la recolección de los datos se utilizó el tipo de muestreo aleatorio simple, de acuerdo al trabajo de campo y primeros acercamientos a la población, que permitió conocer el espacio y las dinámicas de la cotidianidad de las personas que habitan el municipio de Morales, que son las posibles audiencias de la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 FM, datos que se obtienen de un trabajo de observación.

---

<sup>48</sup> BERMUDES, Oscar. Radios Ciudadanas: Espacios para la Democracia. Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, 2008.

Además se observa que los días sábados es cuando más afluencia de personas hay en la cabecera Municipal de Morales, además que los sitios de intercambio social y económico son tres galería, calle principal y parque principal; además que es posible clasificar el tipo de población que acude, por su forma de hablar, vestir y de ser, entre hombres y mujeres de diferentes edades.

Para corroborar datos de las posibles clasificaciones generales que se asignarían para la recolección de datos, fue importante un par de entrevistas con personas del lugar, así como de integrantes de la emisora, quienes afirman que en efecto, existe una diversidad étnica, para quienes preparan sus programas de radio en secciones juveniles, informativas y sociales, con el objetivo de llegar a campesinos e indígenas, hombres y mujeres.

Para llegar al tipo de muestreo como se menciona anteriormente fue necesario hacer una clasificación de la población a encuestar, en este caso las audiencias de la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 FM de Morales, de acuerdo a la muestra obtenida del tamaño total de la población.

Se hace una clasificación de género, masculino y femenino, para determinar relación con la radio y la emisora de interés público Nuestra Voz Estéreo, así como también se clasifica por edad, entre los rangos 15 -25, 26 - 35, 36-65, y 66 en adelante, para la cual fue necesaria una caracterización de personas que se vieran jóvenes, adultas y de la tercera edad, para la recolección aleatoria de los datos.

Zona donde vive, rural o urbana, para esta clasificación, fue importante conocer el tipo de persona que proviene de estas zonas, lo que conlleva a la tercera caracterización, comunidades indígenas, afro descendientes y campesinos. A los cuales se les asigna características físicas, como la vestimenta, color de piel, cabello, rasgos físicos, y dialecto.

Para estas dos últimas clasificaciones fue necesario asignar un sitio de encuentro y un día de encuentro, por consiguiente se identifican tres sitios característicos de encuentro, la galería, calle principal y parque principal, en un día de mercado.

La galería es el sitio de mayor afluencia de personas, ya que ahí llegan las comunidades indígenas y campesinas a comercializar sus productos agrícolas, es ahí donde se encuentran las personas de la zona rural, así como también es posible encontrar a las personas de la zona urbana puesto que son estas quienes adquieren los productos del campo.

El parque principal del centro poblado de la cabecera Municipal de Morales, es uno de los lugares donde se puede encontrar al tipo de personas que se pretende entrevistar, debido a que es un lugar de gran afluencia y calma, para quienes desean tomar un descanso del caos de la galería y la calle principal del pueblo.

La calle principal del pueblo, es el lugar donde se encuentran estacionados la mayoría de vehículos que conducen hacia las veredas y corregimientos que conforman el casco rural del Municipio de Morales, es el punto de salida, a donde acude la gente que pretende regresar a sus hogares, así que es un sitio muy concurrido, ya que las personas están pendientes de abordar su vehículo.

De esta manera se eligió aleatoriamente el tipo de personas a entrevistar, teniendo en cuenta una serie de características que ayudaron a identificar los posibles encuestados, de acuerdo a la clasificación de la población.

## 2.4. ACTIVIDADES

FASE	OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDAD	TAREAS	Logrado	No logrado
1	Realizar un diagnóstico a la parrilla de programación de la emisora Nuestra Voz Estéreo del municipio de Morales, Cauca, que permita establecer cuál es la propuesta de contenido a nivel étnico y cultural.	Elaboración de propuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar el modelo de encuesta y entrevista a ejecutar.</li> </ul>	Si	
		Trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejecutar las entrevistas al equipo de producción de la emisora Nuestra Voz de Morales.</li> <li>Ejecutar la encuesta, con la población objetivo.</li> </ul>	Si	
2	Crear la propuesta y guía de implementación de formatos cortos en Nuestra Voz Estéreo del municipio de Morales, Cauca.	Elaboración de propuesta, guía de formatos cortos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recopilación de información</li> <li>Definición de formatos a ejecutar</li> <li>Creación de guiones</li> </ul>	Si	
3	Realizar una muestra piloto, que permita evidenciar la pertinencia de los formatos cortos en la parrilla de programación de las emisoras de interés público, asignadas a comunidades indígenas.	Grabación de audios. (Formatos Cortos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar las grabaciones de los audios, (formatos cortos)</li> </ul>	Si	
		Crear la guía de formatos cortos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recopilar toda la información encontrada, para el diseño final de la guía.</li> </ul>		

Para el desarrollo de las actividades se tenía un objetivo principal que conlleva a la pertinencia del desarrollo de los cuestionarios, que refiere a realizar un diagnóstico a la parrilla de programación de la emisora Nuestra Voz Estéreo del municipio de Morales, Cauca, que permita acceder a la propuesta de contenido a nivel étnico y cultural.

De acuerdo a este objetivo se propone la realización de una encuesta dirigida a la población objetivo, comunidades indígenas del Municipio de Morales Cauca, esta actividad tenía como propósito recolectar la opinión de la comunidad en un par de preguntas abiertas en lo que al método cualitativo correspondía, mientras que se emplearon otras preguntas cerradas que tenían como meta recolectar cifras representativas para la investigación, como aquella que dice ¿escucha radio? ¿Qué emisora prefiere?, estas preguntas conllevaron a la pertinencia del trabajo investigativo.

Las encuestas se realizaron a 308 personas entre indígenas y campesinos, hombres mujeres y jóvenes, del cual se obtiene una muestra que se evidencia y fundamenta a través del método cuantitativo, y así obtener la tabulación y sus graficas pertinentes de acuerdo al total de encuestados. De esta manera se pudo desarrollar la elaboración de formatos cortos para radio de interés público asignada a comunidades indígenas en la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ, Radio para todos de Morales Cauca.

Mientras tanto a los productores de la radio Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ se les realizó el desarrollo de una entrevista a profundidad, con el objetivo de estudiar el tipo de programación que le ofrecen a sus audiencias, así como también para conocer cuáles podrían ser sus perspectivas acerca de las mismas, y lo que estas quieren escuchar, desde la forma de ser de cada entrevistado, como personas, hasta la manera profesional en cómo hacen sus programas.

Para la investigación resulto importante indagar sobre sus vidas pensamientos y convicciones, bajo el principio de que un trabajo se hace bien hecho cuando se hace desde el corazón y el profesionalismo, un colaborador que esté contento con su trabajo, los resultados del mismo van a ser excelentes, por el contrario si no se identifica con lo que hace, esta disgustado así mismo será sus resultados. a manera de prueba piloto, puesto que la investigación pretende demostrar que la utilización de formatos cortos es pertinente de acuerdo a su forma y duración.

En una tercera instancia o fase, se llevó a cabo una investigación teórica, en relación a autores que fueron clave para definir algunos conceptos, importantes y necesarios en el proceso de la investigación y del trabajo; donde cabe resaltar el estudio de la normatividad de radio en Colombia en relación a la radio de interés público asignada a comunidades indígenas.

## **2.5. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO.**

Mediante una breve descripción se amplió la información del resultado de cada pregunta en el cuestionario, para entender la opinión de las audiencias de la emisora Nuestra Vos Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca.

### **Identificación.**

A partir de esta dimensión se tuvieron en cuenta el sexo, la edad, el municipio, la etnia, su ocupación y estudios realizados, para intentar comprender la población de estudio u objeto de estudio.

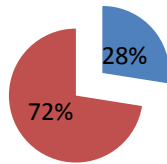
El tamaño de la muestra fue de 308 encuestados, de los cuales 86 fueron mujeres, equivalente al 28% de la población encuestada, y 222 fueron hombres, equivalente al 72% de la población encuestada. Entre la población se encontró que el 23% tenía entre 15 y 25 años, seguidos por un 21% en el rango de 26 a 35 años, con un 33% siendo la cifra mayor, en el rango de 36 a 65 años y el 23% restante en el rango de 66 años en adelante.

Del total de los encuestados el 19% pertenecen a la zona urbana del Municipio de Morales, mientras que el 81%, pertenecen a la zona rural. La mayor parte de los encuestados pertenecen a la etnia indígena, en sus diversos cabildos y resguardos (50%) como se muestra en la gráfica 4 mientras que el 45%, pertenecen a la población campesina, y el 5% restante hace referencia a la población afro descendiente.

A continuación se expone la información recolectada a través de una interpretación gráfica:

## Identificación de Sexo, de la audiencia

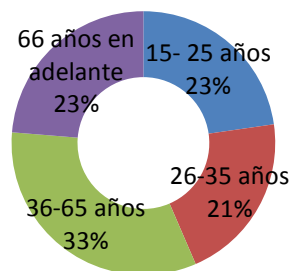
■ Femenino ■ Masculino



Gráfica 1 - Identificación de Sexo, de la audiencia

De acuerdo a los resultados de la encuesta en el ítem de sexo hay una participación mayoritaria del sexo masculino, representada en un 72%, 222 hombres, de diferentes edades y una cifra menor en la participación del sexo femenino, con un porcentaje del 28%, equivalente a 46 mujeres encuestadas, también de diferentes edades.

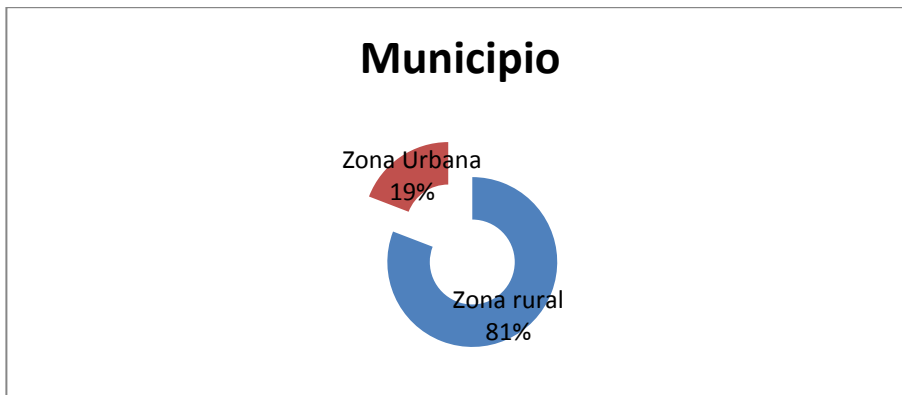
## Rango de edades



Gráfica 2 – Rango de edades

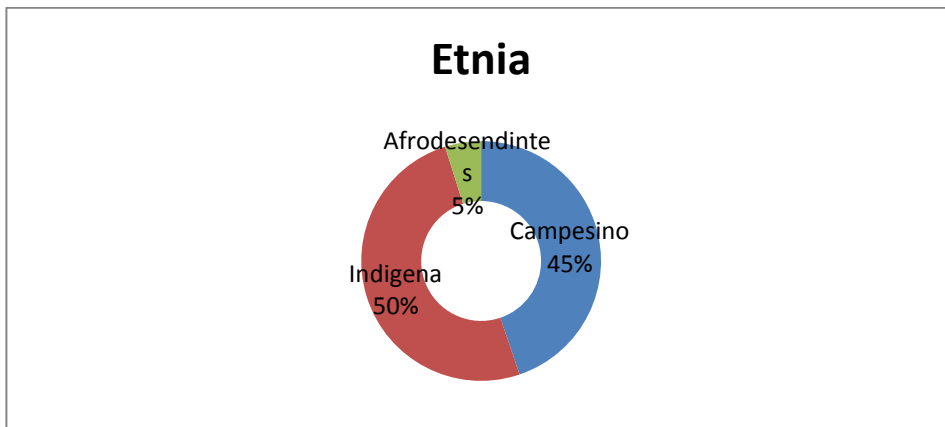


La audiencia de la emisora se divide paralelamente entre diversos rangos de edad, con predominancia en aquel rango que comprende personas de 36-65 años de edad, correspondiente a personas adultas y un porcentaje menor en personas con rango de edad, entre 26 y 35 años de edad. Aunque existe predominancia en el rango de personas de 36 a 65, las diferencias no son significativas, y se deduce que en efecto el público es variado.



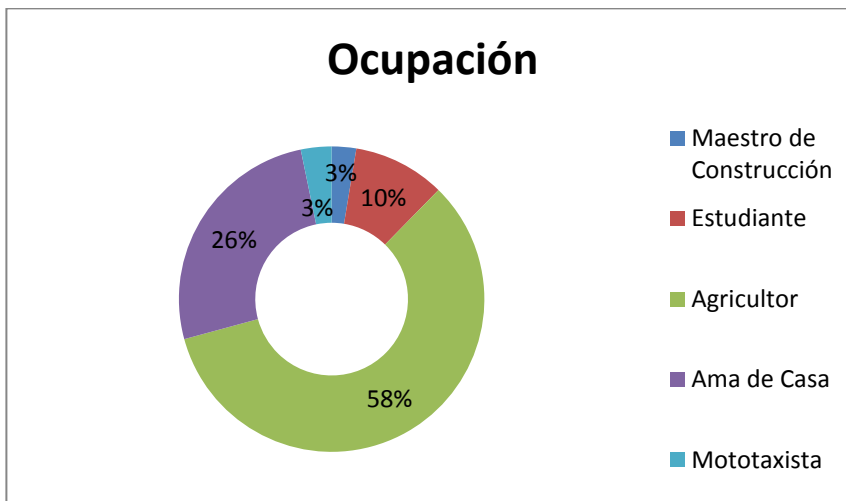
Gráfica 3 – Municipio

De acuerdo a los resultados de la población encuestada, se aprecia como el mayor porcentaje de la audiencia (81%) pertenece a la zona rural, a las personas que habitan la cordillera, en los resguardos de Honduras, Agua Negra y Chimborazo, y solo un 19% habita la zona urbana, en la cabecera municipal del Municipio de Morales.



Gráfica 4 – Etnia

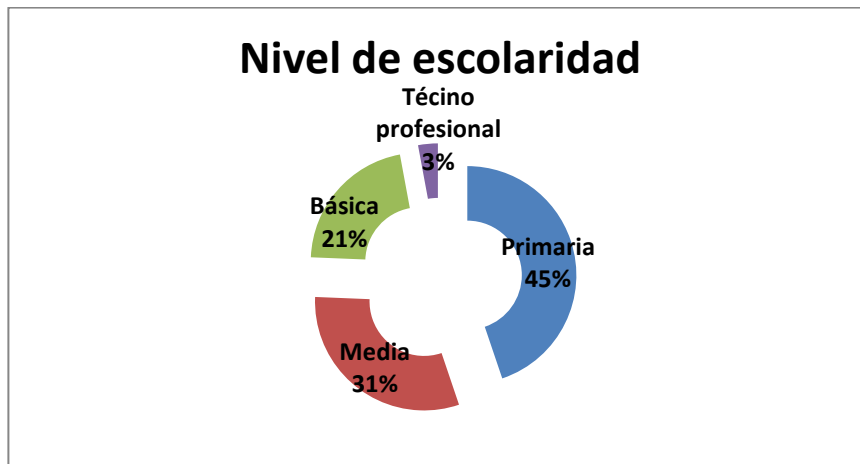
En esta caracterización de etnia, los resultados arrojan que existe una mezcla significativa de valores semejantes entre población indígena (50%) y campesina (45%), con un porcentaje mínimo de personas afro descendientes (5%).



Grafica 5 – Ocupación

De acuerdo a la ubicación y la población que habita el Municipio de Morales, la ocupación de los habitantes se inclina en un gran porcentaje (58%) por aquellos que laboran la tierra en las diversas facetas de agricultores, que posee el campo, seguido por la labor que desarrollan las mujeres amas de casa, que equivale al

(26%), un 10% equivale a la población o audiencia que se encuentra estudiando, un 3% aquellos, que se dedican a trabajar como transportadores informales, (moto taxistas) y el otro 3% a aquellas personas que trabajan en construcción.



Gráfica 6 – Nivel de escolaridad

Este rango ha permitido demostrar, que el 45% de la población que habita en el Municipio de Morales, no posee más grado de escolaridad que aquel alcanzado hasta la primaria, el segundo valor predominante es aquel que hace referencia a las personas que han estudiado hasta media, con un valor del 30% de los encuestados, el 21% son bachilleres en la modalidad de básica secundaria y el 3% se ha formado como técnicos y profesionales.

La clasificación anterior, permitió una aproximación a la descripción de la posible audiencia que escucha la emisora Nuestra Vos Estéreo HJZ, del Municipio de Morales, a continuación se puede encontrar información que refiere a las preferencias del público y su contexto socio – cultural.

### **Preferencias y contexto socio – cultural.**

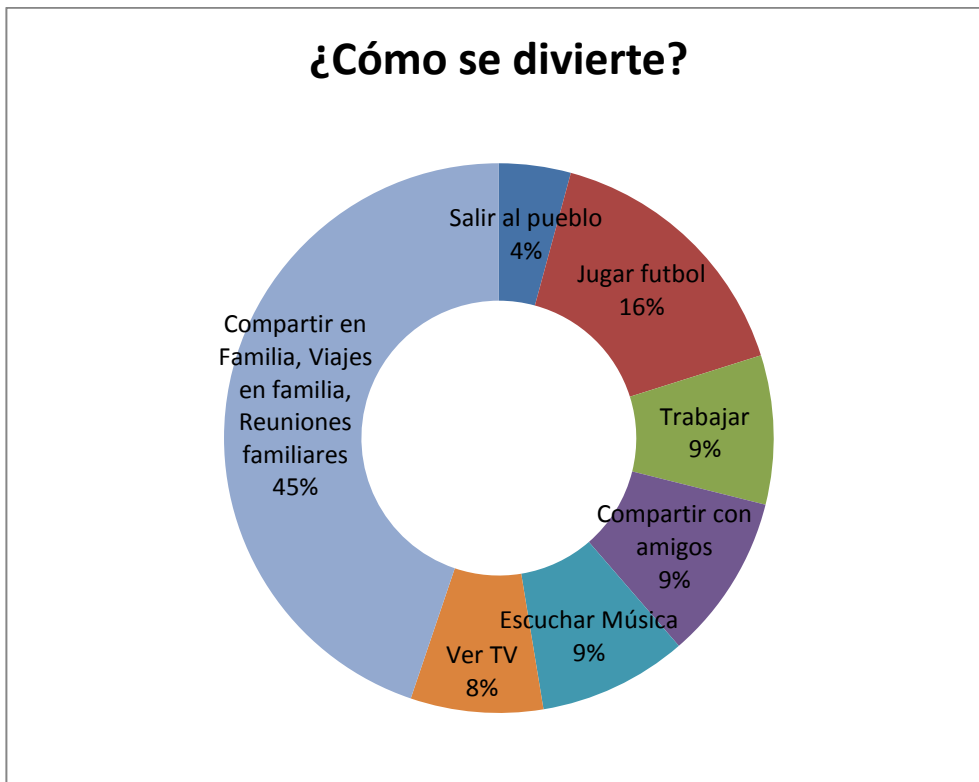
A partir de esta dimensión, se emplearon una serie de preguntas abiertas y cerradas, para determinar cuál es el contexto socio – cultural de la población, a fin de determinar la pertinencia de la utilización de formatos cortos en la parrilla de programación, que contribuyan a fortalecer este tipo de aspectos.

La primera pregunta, que se realizó a los encuestados es, *¿Con quién vive?*, la pertinencia de esta pregunta y las que le siguen, radica en que gracias a los datos que han proporcionado, se pudo conocer cuál es el contexto social, al que se pretende dirigir los formatos cortos. A continuación se puede apreciar en un análisis grafico el aporte de cada una de las preguntas a la investigación.



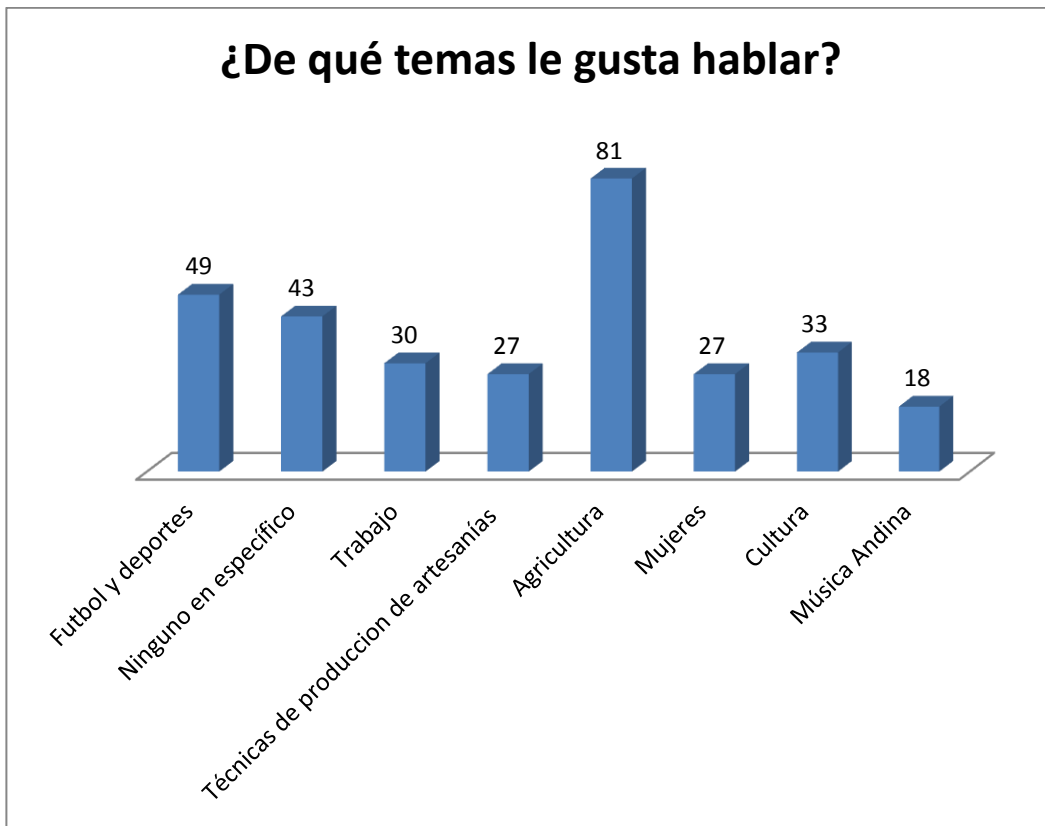
Gráfica 7 - ¿Con quién vive?

De acuerdo a los resultados, el núcleo familiar predomina con un 94% de la población encuestada, lo que indica que la investigación se orienta hacia grupos familiares, con integrantes de diversas edades como se puede apreciar en la gráfica 2, y un 6% equivale a la clasificación de personas que viven solas.



Gráfica 8 - ¿Cómo se divierte?

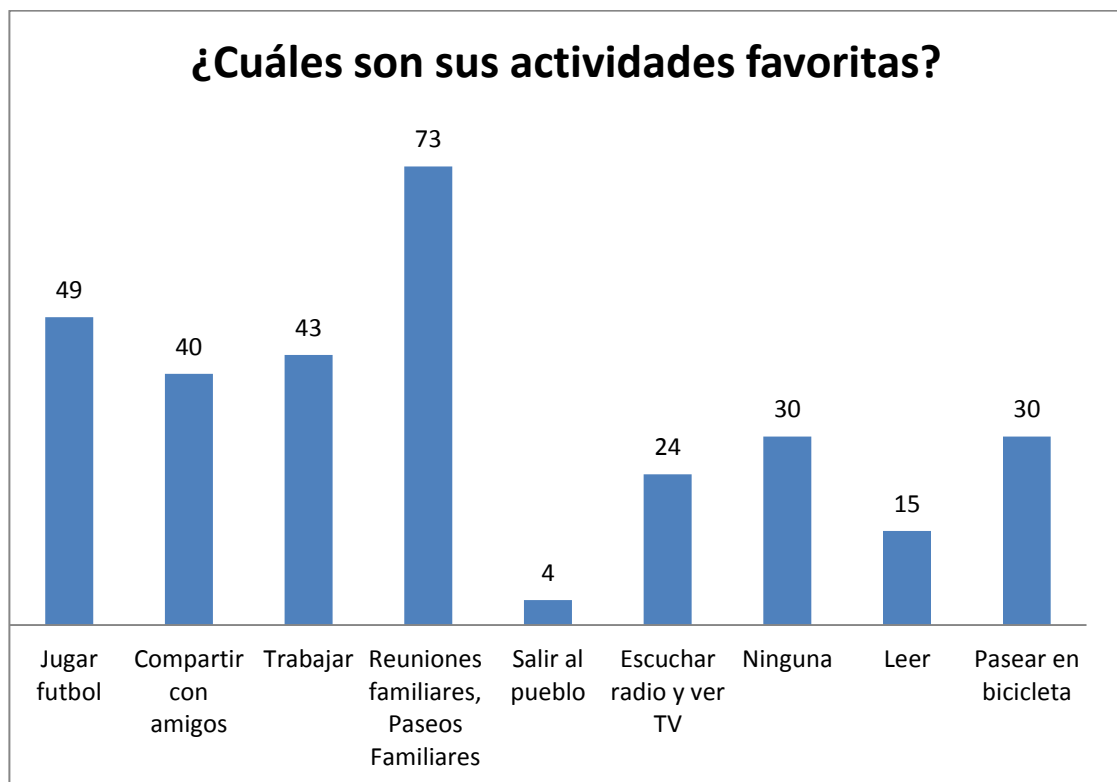
En esta pregunta cabe resaltar como el valor de la familia y de compartir en familia, sobre sale ante otras posibles formas de diversión en un 45% de la población encuestada, seguida de un 16% de aquella población que prefiere el futbol y el deporte, un 9% de los encuestados escucha música, otro 9% comparte con amigos, el 4% se divierte saliendo al pueblo a pasear y el 9% restante se divierte trabajando.



Gráfica 9 - ¿De qué temas le gusta hablar?

De acuerdo a los temas que la gente le gusta hablar, la agricultura, se encuentra en un índice bastante alto, puesto que a 81 personas le interesa este tema, seguidamente de las 49 personas que prefieren el fútbol y el deporte, es un factor en común, con la gráfica 8, 43 personas se declaran indiferentes a la pregunta y manifiestan, que no tienen un tema en específico del cual les guste hablar, 33 personas, manifestaron el gusto por temas culturales, 30 personas, en cambio manifestaron su interés por tratar temas de trabajo, 27 de los encuestados dijeron que les gusta hablar de técnicas de producción de artesanías, 27 personas manifestaron que les gusta hablar de mujeres y 18 personas aseguraron que les gusta hablar sobre temas musicales, como la música andina.

Por consiguiente se entiende que al tratarse de una población indígena campesina que laboran la tierra en su día a día, el tema que predomina de acuerdo a la pregunta es aquel que se relaciona con la agricultura, es un tema que lo viven a diario, que le tiene amor, porque han crecido en este ambiente, y es precisamente este un tema que puede abordarse para la realización de formatos cortos.



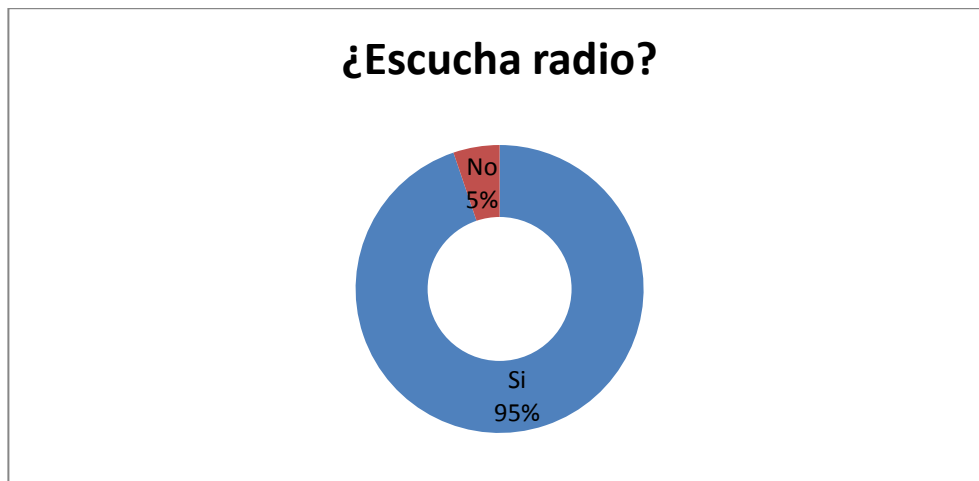
Gráfica 10 - ¿Cuáles con sus actividades favoritas?

En la gráfica se puede apreciar como las reuniones familiares, es la actividad favorita de 73 de los encuestados, 49 personas dijeron que su actividad favorita es jugar futbol, como segundo valor significativo, 43 personas manifestaros que trabajar es su actividad favorita, 40 personas en cambio dijeron que compartir con amigos, 30 dijeron que preferían pasear en bicicleta y hacer deporte, 4 personas les gusta salir al pueblo a distraerse un rato, 15 personas les gusta leer y 30

personas se manifestaron indiferentes a la pregunta y manifestaron que no poseen ninguna actividad favorita.

### **Consumo y contacto con medios de comunicación.**

En las siguientes graficas se evidencia que el consumo y contacto con los medios de comunicación y en especial la radio, sigue formando parte importante de la población encuestada.



Gráfica 11 - ¿Escucha radio?

Esta pregunta permitió demostrar como la radio sigue siendo un medio muy importante para este fragmento de la población colombiana, son muy pocos los que no escuchan radio, como se ve representado en la gráfica con un valor equivalente al 5%, y un 95% de los encuestados manifestaron que si escuchan radio, o que por lo menos la han escuchado una vez en la vida.



Uno de los motivos por los que las personas aún escuchan radio, es su fácil acceso, a pesar del auge de la era tecnológica y digital, este medio de comunicación tradicional perdura y sobrevive en el tiempo, además se adapta, en el sentido de que la mayoría de los dispositivos móviles como los celulares traen incluida una aplicación de radio, lo que permite mayor difusión de las frecuencias radiales.

Además no solo los celulares permiten al acceso a la radio de manera gratuita, los televisores hace unos pocos años han incursionado este tipo de frecuencia, des esta manera es posible evidenciar que la radio se adapta, e innova en su forma de lograr sus emisiones en los diversos dispositivos electrónicos que ofrece la era tecnológica.

En una segunda instancia la era tecnológica ha llegado para ser un aliado, puesto que ha permitido el uso de plataformas virtuales para transmitir la radio on line, de esta manera se ha logrado traspasar fronteras a grande escala, puesto que ha sido posible llegar a otros continentes gracias a la tecnología y la internet. “Según Bellanger las nuevas tecnologías liberan a la Radio de la escasez de frecuencias y todos sus compromisos administrativos”.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Bellanger, Citado por FAUS, Ángel. Reinventar la radio. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 2001, no 74.



Grafica 12 ¿Qué emisora prefiere?

La emisora local, en este caso Nuestra Voz Estéreo de Morales, posee cierto favoritismo sobre otras emisoras, de acuerdo a los resultados de la encuesta y la información recopilada de aquellos que producen a diario los programas que la hacen tan atractiva, ver anexos de entrevistas a profundidad.

Además las emisoras locales crean un vínculo comunicativo con sus comunidades, desde el momento que se emiten comunicados de interés comunitario, se convierten en el canal informativo, que los mantiene a la vanguardia de lo que sucede en el municipio o su comunidad.

Uno de los motivos que conllevan a que este tipo de emisoras posean favoritismo entre otras emisoras, es por su cubrimiento zonal, puesto que están diseñadas de tal forma que la frecuencia radial alcance sitios remotos que pertenecen a un municipio en general o una comunidad determinada, en este caso la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm, ha querido realizar este ejercicio a raíz de la necesidad de comunicación con comunidades que se encuentran en lugares de difícil acceso.

En consecuencia resulta importante que las comunidades expresen este tipo de favoritismo, porque garantiza que la propuesta de la Guía de Formatos Cortos se puede implementar en emisoras como esta que representan un papel importante en su entorno, en relación a que la radio sigue siendo un medio importante en los medios comunicativos, porque se ha logrado adaptar a la era tecnológica y digital como se menciona anteriormente.

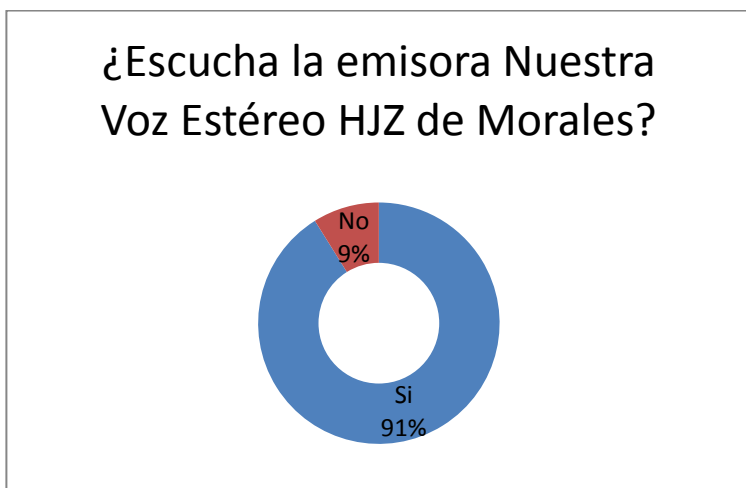


Gráfica 13 - ¿Qué género prefiere?

El género informativo (44%) y el entretenimiento (44%), presentan porcentajes paralelos, puesto que la gente prende su radio para distraer la mente un rato, para animarse mientras trabaja y por ende estar a la vanguardia de lo que pasa en su entorno y de todo aquello que lo rodea; en cambio aquello que se inclina por lo cultural posee un porcentaje (12%) bastante significativo, por debajo de las otras dos clasificaciones de géneros.

Esto indica que se debe fortalecer uno de los aspectos que dentro de la cosmovisión de la emisora como de la comunidad porque representa la esencia de su ser como culturas indígenas.

Precisamente este tipo de resultado conllevan al fortalecimiento de la propuesta a desarrollar, y confrontar la hipótesis que refiere demostrar como la utilización de formatos cortos en la parrilla de programación contribuyen al desarrollo de los procesos étnicos culturales y sociales de una comunidad, por su dinamismo y pertinencia, en torno a la forma en que las emisoras de interés público ejecutan la programación que en muchos casos no alude a la normatividad que estipula la resolución 00415, y por lo tanto el contenido social y cultural ha pasado a un tercer plano.

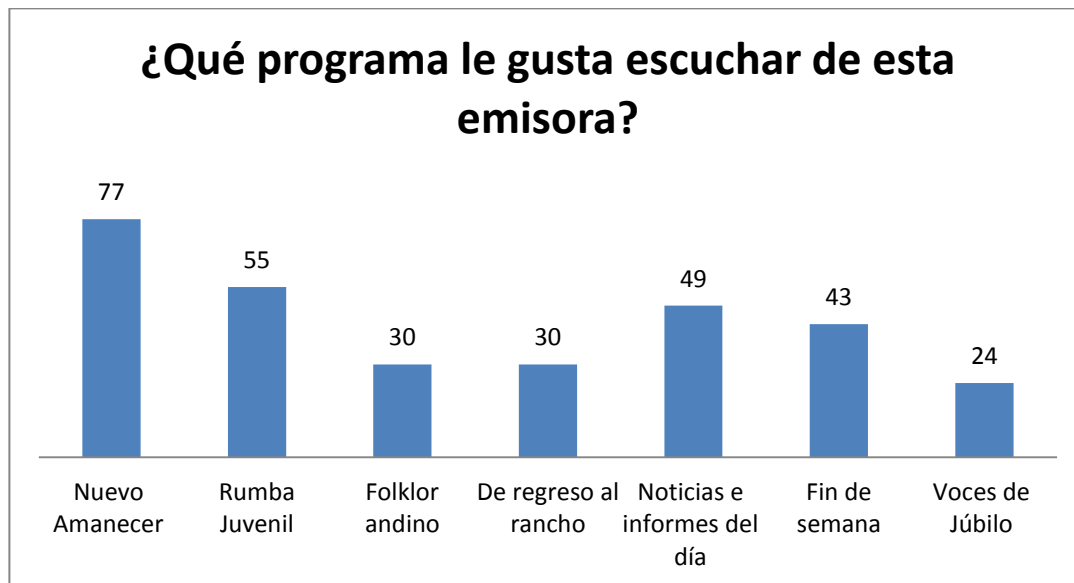


Grafica 14 - ¿Escucha la emisora Nuestra Voz Estéreo HJZ, de Morales?

El 91% de las personas encuestadas manifestaron escuchar la emisora, aunque haya sido con poca frecuencia, y solo el 9% no la ha escuchado.

La zona de la cordillera del Municipio de Morales, es un sitio bastante alejado de la cabecera municipal, el acceso es bastante complicado, una de las razones por la cual, las instalaciones de la emisora se encuentra en el pueblo, y una de las razones por la cual esta emisora resulta sumamente importante para las comunidades que habitan en estos lugares, puesto que facilita la comunicación,

crea lazos de interacción. Finalmente es la razón por la cual más del 91% de las personas escuchan la emisora.



Gráfica 15 - ¿Qué programa le gusta escuchar de esta emisora?

La radio sigue siendo un medio muy influyente en las familias, y muy utilizado en el momento de realizar labores diarias de los campesinos e indígenas, pero existen tiempos y momentos donde la programación posee mayor flujo de sintonización, sin quitar mérito a otras, por ello las encuestas han demostrado que un porcentaje significativo prefiere escuchar radio antes de salir a trabajar, mientras se alista en casa de 5 a 8 de la mañana, por ello prefieren el programa Nuevo Amanecer,(77) mientras que hay otras personas que prefieren escuchar música mientras realizan sus labores diarias, por ello prefieren los programas que se dan en los horarios de 8 a 12 Rumba Juvenil, (55).

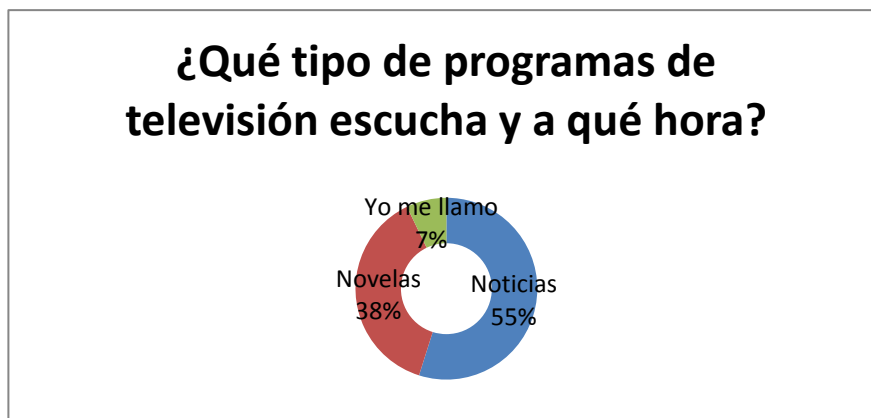
En cambio hay personas que por cuestiones de trabajo y estudio prefieren escuchar la radio en horas de la tarde a través de los programas Folklor andino (30) y de regreso al rancho (30), además están las personas que les gusta escuchar mensajes de superación, y de alabanza que prefieren el programa voces

de júbilo (24), así como también existe el programa del fin de semana (43) y aquellas personas que acuden a la emisora por información, (programa informativo 49) que no es un programa en específico pero que si es representativo para las audiencias.



Gráfica 16 - ¿A qué hora escucha su programa favorito?

De acuerdo a las encuestas la mejor hora para escuchar radio es en la mañana, (60%) aquí podría decirse que es una hora estratégica, puesto que a la gente le gusta animarse desde el inicio de su día a través de la buena música. El medio día con un 25% y la tarde con un 15%.



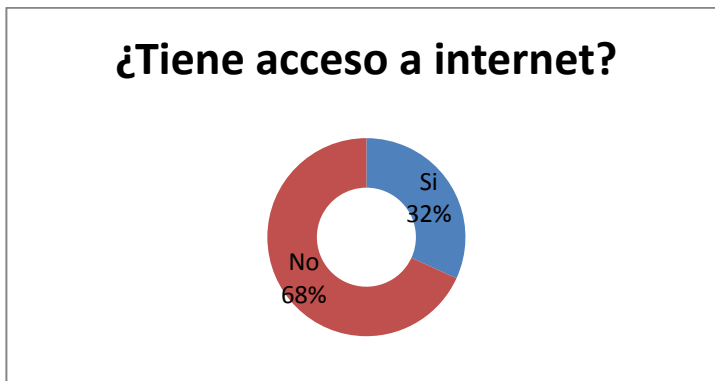
Gráfica 17 - ¿Qué tipo de programas de televisión escucha y a qué hora?

Con respecto a las encuestas el 55% de la población encuestada acude a la televisión para ver noticias, el 38% para ver novelas y un 7% para ver el programa que estaba de moda para ese momento, Yo me llamo, en el canal Caracol.

La televisión y la radio juegan papeles importantes en la cotidianidad de las personas, pero de alguna manera han logrado abrirse espacios independientes, puesto que para ver televisión es necesario sentarse y en ocasiones suspender otras actividades para prestar atención a la programación.

Por consiguiente difícilmente la mujer ama de casa se va a levantar a las 5 de la mañana a ver televisión, prefiere ver sus novelas en la tarde cuando ya va finalizando sus labores diarias y se toma un descanso viendo novelas, mientras tanto la radio no requiere mayor esfuerzo para su atención, ni traslado, puesto que la ama de casa o el campesino, carga su radio y continua con sus actividades normalmente y al son de la música.

Es por ello que escuchar radio sería mucho más común en el horario de la mañana y la televisión en la tarde, aunque para muchas personas también es una opción escuchar radio durante todo el día, así como para otros solo en algunas ocasiones.



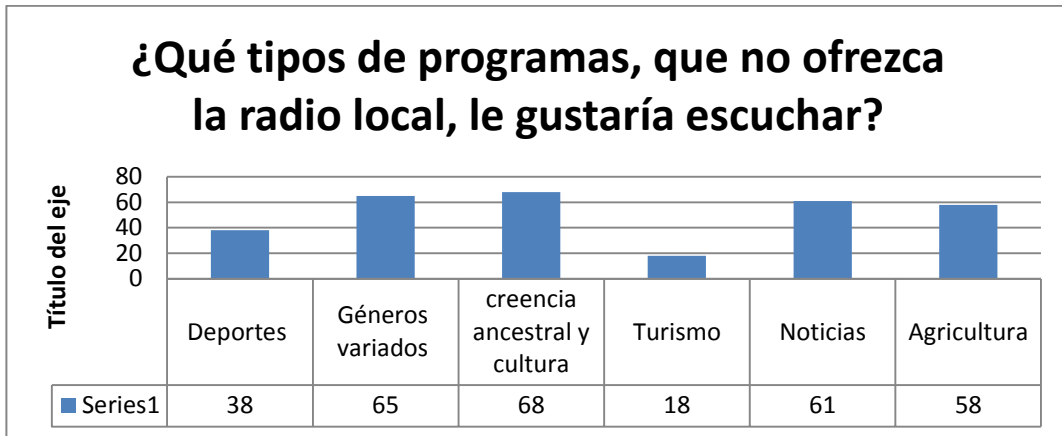
Gráfica 18 - ¿Tiene acceso a internet?

Los resultados muestran que más de la mitad de los encuestados el 68% manifestaron, no tener acceso a internet, y un 32% si poseen acceso a esta red mediante su celular.

Aunque el mundo de la tecnología, se encuentre en un evidente auge, aún perduran aquellas generaciones que se niegan a la utilización de celulares modernos, o no tienen acceso a ellos por diversas situaciones, por consiguiente el acceso a internet aún es muy limitado por estas y muchas más razones, es ahí donde la tecnología de la radio perdura en el tiempo.

De acuerdo a este resultado el internet es limitado, sobre todo en las zonas rurales, por diversas situaciones económicas, porque son zonas que carecen de inversión tecnológica y digital por parte de sus gobernantes, pero la radio posee una ventaja frente a este limitante, ya que los dispositivos celulares y los televisores modernos poseen este servicio de manera gratuita.





Grafica 19 - ¿Qué tipos de programas, que no ofrezca la radio local, le gustaría escuchar?

De acuerdo a esta pregunta se obtuvieron 5 posibles temas para tratar en la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ, de Morales a petición de su audiencia, 68 personas manifestaron que desearían escuchar una programación que incluya más contenido cultural, enfocado al fortalecimiento de la creencia ancestral, 65 personas, desean escuchar variedad en el contenido, 61 personas, consideran que se debe fortalecer la parte informativa y noticiosa, 58 personas manifestaron que sería de mucha utilidad un programe que abarque temas de la agricultura de acuerdo a su contexto, 38 personas insisten que el tema del futbol y el deporte no se puede quedar por fuera y los 18 restantes manifestaron que les gustaría conocer de turismo a través de la emisora.

## 2.6. RESULTADOS

### 2.6.1. Encuesta.

De acuerdo a la necesidad de conocer la opinión de la gente, sus gustos y necesidades como oyentes, se desarrolló un cuestionario que se dividió en tres dimensiones, la primera se denominó *identificación*, la segunda *contexto social, cultural* y el tercer, *consumo de medios*.

De la primera fase se puede deducir que existe mayor audiencia del sexo masculino, de acuerdo a los encuestados, 222 fueron hombres, además, el rango de edad que más escucha radio se encuentra entre personas de 36 a 65 años, estas personas en su mayoría pertenecen a la zona rural del municipio en un 81% de los encuestados, además el 50% de la población pertenece a una comunidad indígena, 45% a comunidades campesinas y solo un 5% corresponde a comunidades afro descendientes.

De acuerdo a la zona donde se encuentran ubicados las audiencias encuestadas, su ocupación es relativa, puesto que el 58% se dedican a la agricultura, y un 10% son estudiantes, se deduce que al tratarse de una población alejada, en las cordilleras las oportunidades de formación académica son limitadas, y por ello el nivel de escolaridad de acuerdo a la gráfica 6 aun es bajo, puesto que el 45% solo alcanzaron a estudiar hasta la primaria.

En la segunda dimensión se analizó como se da el contexto social y cultural, de acuerdo a cuatro preguntas que se realizaron a los 308 encuestados, de lo que se pudo deducir que el contexto social radica en un ambiente familiar, fundamentado en los valores, precisamente de la familia, convirtiéndose en un factor relevante en el momento de articular la propuesta de la realización de formatos cortos, puesto que estarían dirigidos a un público familiar, que se divierte compartiendo en familia

(ver grafica 8), que 81 de los encuestados, les gusta hablar de agricultura, reiterando que sus actividades favoritas son las reuniones y viajes familiares.

En la tercera dimensión se abordaron 9 preguntas, de las que se deduce que la radio es un medio de comunicación importante e influyente en las audiencias, donde el 95% de los encuestados manifestaron que si escuchan radio, y que prefieren la emisora local Nuestra Vos Estéreo HJZ de Morales, por diversas situaciones y la principal, es que es la única frecuencia que llega hasta sus hogares, en comparación con otras, debido a que fue creada precisamente para suplir esa necesidad de comunicación con las comunidades alejadas.

En cuanto a la preferencia de género radial, el informativo y el entretenimiento poseen valores paralelos en los resultados de las encuestas, de lo que se deduce que la audiencia acude a la emisora motivada por estos dos factores, y aquello que tiene que ver con lo cultural no posee tanta relevancia.

Se puede deducir que la parrilla de programación es variada y cada programa ha estipulado una audiencia, por consiguiente no existe como tal una competencia entre programas, aunque algunos programas como Nuevo amanecer y Rumba juvenil presenten mayor audiencia, debido a los horarios en los que están ubicados, de 6 a 10 de la mañana. (Ver tabla 1, parrilla de programación) De acuerdo a la gráfica 16 la mejor hora para escuchar radio es de 6 a 10 de la mañana, por ello estos programas poseen mayor audiencia.

Cabe destacar que los resultados de las encuestas permiten evidenciar que aunque la televisión posee gran público, en relación a la radio las personas han adaptado tiempos y espacios para cada una de estas, por ejemplo escuchan radio en la mañana hasta medio día y en la noche mientras descansan ven televisión, mientras que el acceso a la internet, aun es limitado a pesar de su gran expansión por el mundo, el 60% de la población encuestada, manifestaron no tener acceso a

este, mientras que el 32% si, hacen uso de esta herramienta, para utilizar redes como Facebook y WhatsApp.

Aunque existe favoritismo por unos temas más que otros, y la parrilla de programación es variada, de cierta manera no se cumple con el fortalecimiento de aspectos sociales y culturales, por ello en la gráfica 19, se puede ver como a la gente si le gustaría que este tema se encuentre mucho más inserto en la programación.

### **2.6.2. Entrevistas a profundidad.**

De acuerdo a las entrevistas el contenido que ofrece los productores de radio de la Emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm a los oyentes, es una programación dirigida a un público diverso, que se acomoda a los gustos y peticiones de sus oyentes segmentando así las poblaciones objetivo.

La programación se acomoda a las necesidades auditivas e informativas del oyente, por ende se manejan tres secciones en el día, cada una bajo una serie de géneros y formatos, desde el informativo, pasando por el entretenimiento hasta el participativo.

Según los Radialistas existe favoritismo por el contenido informativo y de entretenimiento, a lo que responde los productores radiales de la emisora, con la emisión de secciones musicales largas, y algunas noticias e informativos insertos en los programas.

Al no existir una sección como tal para emitir noticias e informes, puesto que se hace a medida que van pasando los sucesos, se deduce que la gente no alcanza a escuchar la información y por ello manifiestan que la radio no emite noticias, ver (Gráfica 19).

La realización de cada programa que se emite en la emisora tiene un estilo propio y va dirigido a públicos en específico, aunque traten de ser imparciales. Es por ello que cada locutor prepara su programa de acuerdo a un principio que comparte en común con el resto de su equipo de trabajo en la emisora, que es generar interacción entre oyente y emisor, la cual nace desde un gusto propio por hacer radio, por la gente y para la gente. (Ver entrevistas en anexos)

Cada locutor tiene su estilo y forma de realizar su programa, no se manejan estándares como tal, pues no existe una guía correcta que diga cómo hacer radio; según los productores o locutores, la experiencia es adquirida a través de los años, en el oficio de hacer radio, hace que sea lo más natural, apasionante y fluido en cada programa.

Han aprendido de manera empírica, y formal, a través de una academia, donde han adquirido conocimientos básicos, que en conjunto con las vivencias diarias, le ofrecen al público un contenido ameno, agradable y familiar, el mismo contenido que atrapa a sus audiencias a diario para sintonizar Nuestra Voz Estéreo de Morales.

Desde el equipo de producción de radio de la emisora, se maneja una programación que intenta combinar elementos informativos y de entretenimiento, como se observa en la parrilla de programación de la emisora, (Ver tabla 1) pero no existen como tal, elementos con suficiente peso cultural, para que contribuyan a un contenido dinámico y que aporte a los procesos sociales y culturales de las comunidades indígenas que habitan el municipio de Morales, Cauca.

<b>PARRILLA DE PROGRAMACION EMISORA NUESTRA VOZ 98.9 DEL MUNICIPIO DE MORALES CAUCA.</b> 					
HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
<b>6:00-:8:00 AM</b>	RADIO REVISTA. NUEVO AMANECER (MUSICA PROPIA DE LOS ARTISTAS DE LA REGION)				
<b>8:00 – 10:30 AM</b>	MUSICAL LATINO AMERICANO				
<b>10:30 – 11:00 AM</b>	VISION CULTURAL				
<b>11:00 – 12:00 PM</b>	MEMORIA HISTORICA DE LOS TERRITORIOS				
<b>12:00-01:00</b>	INFORMATIVO INSTITUCIONAL( ALCALDIA)				
<b>1:00-2:30 PM</b>	FOLCROR ANDINO				
<b>2:30-03:00 PM</b>	NUESTRA SALUD( MEDICINA PROPIA)				
<b>3:-4:00 PM</b>	EL TELAR DE LA INFORMACION				
<b>4:00-5:00</b>	CANTEMOS Y VALOREMOS LO NUESTRO				
PROGRAMACIÓN FIN DE SEMANA					
<b>PARRILLA DE PROGRAMACION EMISORA NUESTRA VOZ 98.9 DEL MUNICIPIO DE MORALES CAUCA.</b> 					
HORARIOS	SABADOS		DOMINGOS		
<b>08:09:00AM</b>	DESPERTARD DE LA SEMILLAS		LA TULPA		
<b>09:00- 12:00PM</b>	TALENTOS COMUNITARIOS		LATINOAMERICA CANTA		
<b>12:00- 1:00PM</b>	INFORMATIVO DE LA DEFENSA CIVIL		CANTEMOSY VALOREMOS LO NUESTRO		

Tabla 1 – Parrilla de programación, emisora Nuestra Vos Estéreo 98.9 HJZ

De cierta manera existe una noción por abordar temas culturales y sociales, en cuanto a la radio revista se refiere, o al programa de folklor andino, pero se puede apreciar como algo superficial, puesto que el contenido se basa en lo musical y lo formativo educativo está quedando a un lado.

La parte comunitaria se toma desde lo informativo, en tener al día a la gente de lo que sucede en su contexto, por consiguiente, la programación se relaciona con el ejercicio de dar informes; Pedro José Ceballos lo aborda desde su gusto propio de trabajar en radio de **“Interactuar con la comunidad, a manera de un enlace para dar a conocer hechos o sucesos de la comunidad”**.

Cabe resaltar que lo comunitario es aquello que los hace diferente de los demás, a través “del servicio social y saludos”, pero lo comunitario, social y cultural es un tema mucho más amplio que se puede abordar desde la inclusión de los formatos cortos, como el vox pop, rostro sonoro y el paisaje sonoro.

Se crea contenido para un público en general, de acuerdo a los testimonios de los productores, según Marino Belalcazar, locutor del fin de semana, *“La emisora se dirige a jóvenes y adultos que disfrutan de la programación”*, en cambio para José Libardo Quintana, director y productor radial de la emisora, su programa integra el lema de estación 98.9 HJZ *“Radio para todos.”*

Para el locutor Rodrigo Astudillo, su contenido *“se dirige a un público de todo un poco (amas de casa, hombres, jóvenes, adulto mayor, etc.) en el área campesina.”* Finalmente para el productor radial Pedro José Ceballos, su contenido va dirigido a *“Amas de Casa, profesionales, campesinos e indígenas”*

En consecuencia para estos productores radiales de la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ, no existe como tal una segmentación del oyente, es por ello que cabe resaltar que para el Comunicador Social José Luis Valderrama “Este error ocurre por la tendencia a confundir el grado de interés de la mayoría de la

población respecto al tema con el concepto de audiencia. Una cosa es que el tema sea pertinente para todos, y otra es que el productor conciba a una audiencia específica para hacer que la comunicación sea más efectiva.

Es por ello que para llegar a una audiencia en específico se debe desarrollar un contenido que logre entablar un proceso comunicativo que permita llegar a ese público en objetivo.



### **3. UNA PROPUESTA DE FORMATOS CORTOS PARA LA RADIO DE INTERÉS PÚBLICO ASIGNADA A COMUNIDADES INDÍGENAS.**

De acuerdo a la información obtenido a través de la encuesta dirigida las posibles audiencias de la emisora, y las entrevistas a profundidad realizadas a los productores de radio, se deduce que en efecto existe una necesidad como se había comentado en el capítulo anterior que radica en fortalecer el tema cultural en lo que refiere a fomentar la tradición ancestral.

Así como también se pudo apreciar, que el tema de la agricultura y lo que gira a su alrededor, son factores importantes para las comunidades indígenas y en efecto para las audiencias de la emisora.

Por ello se propone la implementación de los formatos cortos, *paisaje sonoro*, *rostro sonoro* y *vox pop*, en la parrilla de programación de la emisora, por su pertinencia en cuanto a su utilidad en vital importancia para el fortalecimiento de los contenidos en aspectos sociales y culturales, ya que permiten una especie de interacción más cercana entre productor radial y comunidad.

Además de que son fáciles de hacer, en el transcurso de la guía se emplean una descripción de cómo se lleva a cabo la planeación y producción de cada formato propuesto, teniendo en cuenta la técnica de producción ABC, que hace referencia al seguimiento de pasos para llegar al resultado.

Son baratos, la realización de cualquiera de los formatos que se proponen en esta guía son relativamente baratos, puesto que solo consta de poseer una grabadora en mano, la idea, la intención y manos a la obra.

Los formatos cortos que se proponen no requieren de una fundamentación técnica, teórica, ni conceptual, puesto que los posibles temas y temáticas que se deseen abordar están inmersos en el contexto social y cultural de la comunidad y el territorio donde se encuentre el realizador.

Además otra de las cualidades atractivas de este tipo de formatos es que ofrecen dinamismo, por su contenido, forma concreta, tamaño corto, no requiere que el público o audiencia emplee mucho tiempo para escucharlo y entenderlo, además se pueden difundir por medios digitales y plataformas virtuales, de manera ágil y eficaz.

No rompen con la programación cotidiana, puesto que no requieren mayor espacio para su difusión, debido a su corta duración, además pretenden adaptarse a la parrilla de programación, para contribuir en la solución de aquellas falencias que se presentan en cuanto al fortalecimiento de la cultura en las comunidades y el territorio del Municipio de Morales.

De acuerdo a la investigación previa que permitió el desarrollo de la propuesta de formatos cortos para la radio de interés pública asignada a comunidades indígenas, se proponen la producción de los mismos en torno a la necesidad del fortalecimiento de la cultura.

Se desarrollaran tres formatos de rostro sonoro en torno a una línea de idea consecutiva, que hace referencia al fortalecimiento de la cultura a través de la evocación de la memoria histórica, para hablar de cultura, de acuerdo a las convicciones de los antepasados y que sus legados puedan seguir vigentes. Más adelante se desarrollara la idea en una propuesta de planeación y guion y producción de los formatos de rostro sonoro.

En cuanto al formato de vox pop, se abordando tres temas, en relación a la cultura, el territorio y la radio, teniendo en cuenta que para las comunidades la radio sigue siendo un medio muy influyente en sus vidas, esto se pudo apreciar en la investigación, la cultura es algo que como comunidades indígenas y campesinas procuran preservar, así como el territorio.

Finalmente el paisaje sonoro se ha querido abordar desde tres lugares representativos que enmarcan un sitio de encuentro y de interculturalidad, como lo es la galería, donde cada sábado los campesinos, indígenas y demás comunidades salen a comercializar sus productos, la calle principal de Morales, donde la gente realiza sus compras y se prepara para regresar a casa, y por último el parque de morales, que es un lugar que inspira calma en relación a los otros dos lugares que son comerciales y caóticos por naturaleza, el parque es un sitio de encuentro donde la gente acude a tomar un poco de aire y conversar con calma, mientras se llega la hora de partida hacia sus veredas y corregimientos, después de un día de mercado. Más adelante se irá desarrollando la propuesta paso a paso.

Para comprender la temática de la propuesta es necesario primero conocer conceptos que contribuyan a la construcción de un imaginario que permita abrir la mente a la propuesta de la utilización de formatos cortos en la parrilla de programación, en aras de generar dinamismo para la misma.

### 3.1. GÉNEROS Y FORMATOS RADIALES

Para ahondar en los conceptos de géneros y formatos radiales es preciso iniciar por describir e intentar comprender el término de lenguaje radiofónico, entendido más allá del concepto palabra, o como un medio de comunicación humana, para ampliar su significado en palabras de Armand Balsebre, que lo define como un “conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes”

Además Armand Balsebre propone un sistema semiótico radiofónico, que permite entender con mayor claridad el lenguaje radiofónico, puesto que esquematiza tres elementos que se complementan entre sí para llevar a cabo un proceso comunicativo, de un producto sonoro. La primera clasificación es aquella que conforma el concepto de **lenguaje radiofónico**, compuesta por cuatro elementos, palabra, música, efectos de sonido y el silencio, la segunda clasificación es la **tecnología**, que comprende los recursos técnico/expresivos de la reproducción sonora y la tercera es el **oyente**, quien posee la percepción radiofónica.

En consecuencia la creación de formatos cortos permiten crear contenidos sonoros que clasifican en lo que se define como lenguaje radiofónico, puesto que utiliza la combinación del conjunto de formas sonoras que lo caracterizan, desde la utilización de la palabra, los efectos, música y el silencio, utilizando la tecnología para transmitir el mensaje y llegar al oyente quien finalmente decodifica la información del mensaje a través de todo un proceso comunicativo.

### 3.1.1. GÉNEROS

Cada productor radial tiene su estilo para dinamizar y hacer su programa, puesto que la radio va más allá de conceptos y definiciones, se aproxima mucho más a un conjunto de interactividad entre los mismos, para tomar de todo un poquito y nutrir así un contenido, los géneros se pueden apreciar como un universo de temas y conceptos taxonómicos que varían de acuerdo a una temática que se quiera tratar en radio, donde Cada radialista es un mundo diferente, una persona diferente con maneras y formas distintas de ver el mundo, que aunque manejen unas normas y parámetros del oficio en la radio difusión tienen maneras distintas de crear y compartir su contenido de acuerdo al género que desee adoptar.

En consecuencia la palabra género “tiene una raíz griega que significa *generación*, origen. Digamos que son las primeras distribuciones del material radiofónico, las características *generales* de un programa.”<sup>50</sup> es la materia prima, un conocimiento, un saber general, dentro de una clasificación, que de cierta manera carece de un molde, puesto que se puede hacer referencia al género informativo, pero la información puede ser representada en diversos estilos y en efecto, formatos desde una noticia hasta una crónica. Es oportuno decir que la palabra género en radio es un diamante en bruto que más adelante con el formato se pule y se comparte al radioescucha.

El productor y capacitador de radio José Ignacio López Vigil, en su libro Manual Urgente para Radialistas Apasionados propone una clasificación a los tipos de género de acuerdo al esquema clásico de comunicación, emisor – mensaje – receptor de acuerdo a tres perspectivas.

---

<sup>50</sup> LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quito, Ecuador.

### **“Según el modo de producción de los mensajes**

Aquí aparecen los tres grandes géneros de la radiodifusión, en que habitualmente se ordenan los tipos de programas que transmitimos:

DRAMÁTICO

PERIODÍSTICO

MUSICAL

### **Según la intención del emisor**

Los objetivos de los productores dan lugar a un segundo ámbito de géneros:

INFORMATIVO

EDUCATIVO

DE ENTRETENIMIENTO

GÉNERO PARTICIPATIVO

CULTURAL

RELIGIOSO

DE MOVILIZACIÓN

SOCIAL

PUBLICITARIO

En esta casilla tendremos tantos géneros como intenciones queramos plantearnos. No son excluyentes, de manera que un mismo programa puede tener finalidades educativas y de entretenimiento. La finalidad publicitaria se relaciona, naturalmente, con el aspecto lucrativo de las cuñas o los espacios vendidos.

### **Según la segmentación de los destinatarios**

Tomando en cuenta los públicos a los que prioritariamente se dirige un programa, podemos hablar de: GÉNERO

INFANTIL

JUVENIL

FEMENINO

DE TERCERA EDAD

CAMPESINO

URBANO

SINDICAL

Y tantos otros destinatarios y destinatarias que definimos como nuestro público objetivo, tomando en cuenta la edad, el sector social, el género, la lengua. Es el *target* de nuestro programa.”<sup>51</sup>

Para López Vigil dentro de estas tres casillas se puede clasificar gran parte de la producción radiofónica, poniendo como ejemplo “una cuña cantada para vender desinfectantes. En cuanto a su finalidad, pertenece al género publicitario. Según la modalidad del mensaje es musical (*jingle*). Y se dirige, principalmente, al público femenino.”

En este ejemplo se puede apreciar como un formato puede estar presente en diversos géneros, y como estos interactúan, en la construcción y ejecución de un programa de radio, complementándose entre sí.

### **3.1.2. FORMATO.**

“La palabra FORMATO viene del vocablo latino “forma”. Los formatos son las figuras, los contornos, las estructuras en que vienen los contenidos”<sup>52</sup> un formato es la escultura de la información que se elabora de acuerdo a un género, bien sea

---

<sup>51</sup> LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quito, Ecuador.

<sup>52</sup> NARANJO ESPINOSA, Daniela Alejandra. Propuesta Periodística Radiofónica Para Programas Educativos En Turismo Sostenible Que Beneficia El Desarrollo Comunitario, A través De La Coordinadora De Radio Popular Educativa Del Ecuador Corape, En Las Comunidades Rurales Del Cantón Tena. Periodista. Ecuador.: Universidad De Las Américas. 2012. 269p.

informativo, de entretenimiento o educativo, es la representación de un contenido con características y cualidades propias, porque no es lo mismo hablar de un noticiero, que de un magazín, cada uno cumple funciones y significaciones diferentes, que en ultimas conlleva a la función de contribuir a una programación dinámica, que genere lazos de inclusión y fomento de una cultura, en este caso de la indígena, a través de contenidos representativos en la comunidad.

Los formatos son diversos y se clasifican en subgéneros de acuerdo a los géneros pero son dinámicos y adaptables en la medida en que no se limitan a una sola clasificación, por ejemplo el tema puede tratarse de un género musical, representado en un formato modo reportaje, de esta manera se fomentaría una forma de producción radial alternativa, que se sale de lo habitual, de lo cuadrículado para ofrecer al oyente contenidos dinámicos que lo atrapen y que se logre compartir diversos ideales a través de formatos, porque el formato es para el tema, no el tema para el formato, así lo afirmó el productor radial López Vigil en su libro Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quien también recalco en su obra que “La calidad del formato la decide la audiencia, no los manuales. En radio, como en la tienda, el cliente siempre tiene la razón.”<sup>53</sup>

Cada tema tiene características y cualidades especiales que si viene cierto no cualquier formato podría comunicar la esencia de su ser, por ende se debe elegir un molde acorde que el ultimas logre cumplir con el objetivo puesto que “No todo molde sirve para comunicar cualquier mensaje.”<sup>54</sup> Y no todo lo que se hace por radio puede catalogarse como formato radiofónico, así lo aseguro López Vigil en su obra Manual Urgente para Radialistas apasionados.

---

<sup>53</sup> LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quito, Ecuador.

<sup>54</sup> LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quito, Ecuador.



Un formato debe acomodarse a la programación en la medida que sea pertinente, un vox pop se puede utilizar al inicio de un programa de opinión, de acuerdo al tipo de programa que se utilizará para este, un claro ejemplo puede emplearse en un programa de comunidades indígenas, la introducción puede ser una entrevista corta de un personaje importante para esta comunidad, como el cabildo mayor.

### **3.2. FORMATOS CORTOS**

Después de entender un poco el concepto de géneros y formatos, existe otro sub género, que alude a aquellos denominados como formatos cortos, una clasificación quizá inexplorada teóricamente, inexistente para los grandes medios pero que en la práctica de la producción radial suele ser común o por lo menos nombrada, puesto que permite un acercamiento a temas y personajes importantes dentro de la construcción de procesos sociales que le aportan a la sociedad.

Los formatos cortos, refiere a una modalidad de hacer radio de manera rápida, sencilla y económica, puesto que son formas atractivas y dinámicas que permiten abarcar aspectos étnicos, sociales y culturales de una manera suspicaz y efectiva.

En comunicador Social José Luis Valderrama cita a Mario Kaplún, quien “destacaba el uso de formatos dinámicos como los radio dramas (y en general de formatos que apelen al Género Dramático, por pequeños que sean) que motivan la atención del oyente, movilizan su imaginación, demandan el uso de todos los elementos expresivos de la radio y establecen una comunicación más cercana y

cálida con los oyentes.”<sup>55</sup> Precisamente los formatos cortos clasifican como dinámicos puesto que ofrecen contornos y estructuras inclinado a lo formativo y de entretenimiento.

Es por ello que Valderrama también acentúa en que “Sin duda la radio en nuestro país, sin importar si es comercial, comunitaria o de interés público, requiere producir contenidos de calidad que hagan que cada emisora, virtual o de onda, asuma una postura política de frente a las realidades de sus audiencias. Pero también es claro que de nada sirven excelentes contenidos cuando no hay maneras diferentes, atractivas, seductoras y vibrantes de comunicarlos.” Es aquí donde entran en juego la creación de nuevos formatos, en este caso de los formatos cortos, puesto que es una forma a parte de atractiva y vibrante, es una propuesta económica y dinámica de hacer radio, puesto que no requiere de mayores recursos en su producción y postproducción.

Valderrama menciona en el Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas, que “Uno nunca hace radio para uno. La radio, no como medio, sino como experiencia social y cultural construida a partir de un espacio de comunicación, no puede ser pensada y producida desde los supuestos que “uno considera”. Hacer radio es hacer comunicación y esto, como bien lo dice el maestro López Vigil, viene de poner en común y para ello sí o sí, hay que pensar en el otro, entender que es el otro quien justifica el proceso de comunicación”<sup>56</sup>

Por consiguiente es preciso redactar una serie de parámetros que permitan la construcción de contenido radiofónico y en consecuencia la producción de formatos cortos, en base a un concepto fundamental que refiere a la “investigación”.

---

<sup>55</sup> VALDERRAMA, José Luis. Construyendo Paz desde la Cultura, Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

<sup>56</sup> *Ibíd.*, p. 79.

Para desarrollar la idea acerca de aquellos parámetros que se deben tener en cuenta a la hora de crear contenido radiofónico, se ha optado por abordar la propuesta del Comunicador Social José Luis Valderrama, en el Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas.

**“IR MÁS ALLÁ DE LO EVIDENTE:** al emprender una investigación uno se topa con “verdades” que seducen a quien investiga para adoptar una determinada postura a priori frente al tema. Pero el buen investigador tiene criterio y no asume, ni supone. Aún no juzga. Por el contrario sigue avanzando. Investiga más. Va más allá.

**CONSULTAR OTRAS FUENTES:** Frente a cualquier tema siempre habrán fuentes “oficiales”. Son las que provienen de entidades, personas, lugares, textos reconocidos y que por ello, por su institucionalidad o por tradición, inspiran un principio de autoridad en ocasiones casi dogmática, lo que los constituye en una referencia importante y obligada.

El buen investigador busca las fuentes que nadie ha consultado o que muchos eligieron, por muchas razones, no consultar. Y para ello se desliga de improntas políticas, de ideologías profundas, de fanatismos, de tendencias comerciales y de prejuicios moralistas. Consultar otras fuentes sin subestimar ninguna, implica ir allá, incluso en la dimensión física de ir a buscar.

**CAMINAR LA CALLE:** si algo nos ha sembrado la postmodernidad es la ilusión de conocer el mundo sin moverse del escritorio. La utopía de las pantallas de cristal líquido como ventanas para asomarse a conocer, a tocar sin tocar, a “estar ahí”, sin estar. Se hace vital pues, ir más allá de las búsquedas por click. Internet tiene tanta basura, o más que la calle (con la diferencia que en la calle la basura es más evidente, en la red la basura se presenta de una manera más prolija). El buen comunicador, y más aún si pretende desarrollar ideas creativas para generar procesos de paz con sus audiencias, se sale de la comodidad de su oficina y se mete en las comunidades a entender sus problemáticas y no debe limitarse a informar.

**VOLVERSE UNA FUENTE:** Cuando la búsqueda de información es auténtica, rigurosa, detallada, se va más allá de las “fuentes oficiales” y de la llamada “verdad de Perogrullo”, de supuestos y prejuicios, poco a poco podemos solo dejar de consultar fuentes a

posicionarnos como una verdadera fuente independiente, atractiva para el medio, capaz de aportarle a los demás, de nutrir los procesos de comunicación en nuestras comunidades para nuestras audiencias.

**MIRAR LAS COSAS DESDE OTRA ÓPTICA:** Imagine que usted es un niño recién nacido y que está descubriendo el mundo. Jamás lo había visto. Todo lo toca por primera vez, lo manipula, lo mira, lo gira, lo prueba, lo golpea, lo sacude, lo huele, en fin...esta actitud de búsqueda insaciable de perspectivas para comprender el mundo con la curiosidad de un niño es una excelente manera de hallar nuevas formas de apropiárselo. Buena parte del trabajo creativo fluye en este ejercicio.

### **PARA GUIONIZAR**

El proceso de producción radiofónico comprende, a grandes rasgos, dos momentos claves: del sonido al papel y, de nuevo, del papel al sonido. El primero implica haber realizado un ejercicio de escucha importante, de tal modo que el productor pueda “vaciar” ese tejido acústico en el papel a través de un trabajo creativo para la construcción del guión.

El segundo momento representa el reto de llevar de nuevo la estructura plasmada en el papel, con todas sus directrices, al sonido, a través de la puesta en escena (o la puesta al aire, como le decimos en radio)”<sup>57</sup>

#### **3.2.1. Rostro sonoro.**

“Este formato sencillo pretende contribuir a ponerle acento, nombre y rostro a esas personas y a esas acciones que creen en un mejor país.”<sup>58</sup> Además pretende mostrar a través de un lenguaje radiofónico personas que han logrado destacar en su comunidad por sus buenos actos, y que además se encuentran en la lucha constante de preservar la cultura y costumbres de una región.

Construir una pieza sonora en este caso un rostro sonoro, depende de una investigación previa, tanto de la persona a entrevistar como del concepto o

---

<sup>57</sup> VALDERRAMA, José Luis. Construyendo Paz desde la Cultura, Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

<sup>58</sup> Concepto construido por asesor de proyecto, el Comunicador Social Juan Carlos Granada

cosmovisión que se quiera abordar, por consiguiente se ha optado por abordar la opinión de Andrea Holgado, quien relaciona el arte de la pintura con el arte de hacer radio, afirma que “la composición no es más que el arte de disponer los diversos elementos con los que un pintor cuenta para expresar sus sentimientos y aquello que no tenga una utilidad concreta dentro del cuadro, es, por esa misma razón, molesto. Cuando trabajamos una pieza sonora, tenemos al menos dos conceptos de inicio. Uno se refiere a trabajar el sonido desde lo que éste nos produce. Debemos pensar la música no por su género o ritmo, sino por la cadencia y por lo que nos transmite”<sup>59</sup>

Cada elemento sonoro, empieza a formar parte importante de la composición radiofónica, donde la palabra suele ser protagonista o conforma aquel elemento central, pero si esa palabra no representa un arco narrativo bien logrado, entrará a formar aquello que no tiene utilidad así como lo afirma Holgado, se vuelve molesto.

La construcción de un rostro sonoro requiere de creatividad y “la creatividad consiste en hacer que los demás sean creativos. Habilitar el espacio, crear las condiciones, diseñar la estrategia, producir la pieza o generar el proceso que permita que nuestras audiencias creen a partir de la participación.”<sup>60</sup>

Valderrama, afirma que “Ser creativo e innovador en la radio, no es una tarea exclusiva de una persona sino de un colectivo, y no es solo una labor de producción, sino que va desde la concepción de la idea, la investigación en la pre producción, pasando por la guionización, la grabación, toda la post producción el montaje, y la emisión y circulación de la pieza. Por ello requiere ser desarrollada

---

<sup>59</sup> HOLGADO, Andrea Ximena. "La radio expandida: narración sonora, arte y literatura." Letras (2016).

<sup>60</sup>VALDERRAMA, José Luis. Construyendo Paz desde la Cultura, Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p.

en diferentes momentos.”<sup>61</sup> Así que la creación de formatos cortos es una forma de ser creativos, para mostrar y ofrecer a los oyentes contenidos sonoros que contribuyan a su desarrollo étnico y social, dentro de lo que se considera como lenguaje radiofónico.

<b>Planeación Rostro sonoro</b>	
<b>Planeación</b>	Ubicar en su territorio esos actores sociales que están apostando por una Colombia en Paz, desde distintas miradas: desde la cultura, desde procesos de seguridad, desde la organización social, desde la ciencia, desde el deporte, desde el ejercicio de la ciudadanía y los valores humanos, etc.
<b>Producción</b>	Desarrollar entrevistas cortas, previo ejercicio de investigación sobre la vida del personaje. Grabe además el ambiente sonoro de sus actividades y su espacio para luego complementar la pieza en el montaje.
<b>Montaje</b>	Realizar un montaje sencillo, pero cargado de sonoridad. En máximo 2 minutos, se debe contar a los oyentes que en su municipio una serie de hombres y mujeres, sin importar las dificultades, están construyendo país desde la fe en sí mismos y desde la fe en los otros.  No deben salir las preguntas, solo construir un relato con el testimonio. Al final se debe marcar el formato en seco con: nombre completo del entrevistado, oficio o profesión, lugar y año.

Tabla 2 – Planeación rostro sonoro

---

<sup>61</sup> Ibíd., p. 82.

<b>Desarrollo Planeación rostro sonoro</b>	
<b>ROSTRO SONORO: Nora Cecilia Cuene Mulcue, Lider Social</b>	
<b>Descripción</b>	<p><b>Actor: Nora Cecilia Cuene Mulcue</b>, Mujer afectada por el conflicto armado y Líder Comunitaria</p> <p><b>Acto social:</b> Emprendimiento hacia la superación personal y saneamiento de secuelas dejadas por la guerra.</p> <p>Líder de la Asociación Mujeres Lideres Empresarias AsmulíAgro, es una mujer que ha tenido que desplazarse de su lugar de origen, a raíz de diversas situaciones, pero que gracias a su empeño y dedicación ha logrado salir a delante, para mostrar a otras mujeres, que la igualdad de género si es posible, que cuando hay un interés por superarse, todo es posible.</p> <p><b>Cultura:</b> desde siglos pasados la mujer ha sido oprimida, condenada a la represión de su voz y voto, aunque en la actualidad, las cosas han cambiado y muchas mujeres han logrado sobresalir ante una sociedad opresora, sigue siendo marginada.</p> <p>La mujer es considerada como aquel ser que nace para casarse, cumplir “obligaciones de mujer” traer hijos al mundo, cuidar de ellos, y para de contar.</p> <p>Aunque se profesa la democracia y la participación igualitaria entre géneros, rara vez se puede observar una mujer ocupando altos cargos políticos, aunque de haber las hay, pero de cada 10 representantes a la cámara 1 o 2 son mujeres.</p>

<b>Desarrollo Planeación rostro sonoro</b>	
Rostro Sonoro: Antonino Guacheta: Coordinador de seguimiento y control al cumplimiento de la sentencia T462 de 2014	
<b>Descripción</b>	<p>Actor: Antonino Guacheta, <b>es un personaje que ha trabajado por la defensa y cumplimiento de los derechos ante la imposición del Estado.</b></p> <p>Su lucha no ha tenido límites, y su mayor motivación es continuar en legado, el de su hermano quien perdió la vida en el proceso, de luchar por los derechos, con base a la problemática ocasionada por la construcción del embalse de la salvajina, y el incumplimiento del Estado, a las exigencias de las comunidades indígenas, así como el de preservar su tradición y proteger su territorio.</p> <p>Su denuncia contra la violación de derechos humanos, ganó la demanda a través de la sentencia T462 para las comunidades indígenas, por el cual se han recibido obras de infraestructura, donde Antonino es el encargado de hacer que esto se cumpla.</p>
<b>Rostro Sonoro: Evaristo Chate, Gobernador de Resguardo Honduras</b>	
<b>Descripción</b>	<p><b>Actor: Evaristo Chate</b></p> <p>Evaristo ha trabajado durante varios años, por su comunidad a través de la junta de acción comunal, ha sido tal su trabajo que hace poco fue elegido como Gobernador.</p> <p>Una de las características que lo destacan es su arraigo con su comunidad y sus tradiciones ancestrales, maneja la lengua Nasa YugÜe y en cuanto puede la promueve.</p>

Tabla 3 – Desarrollo Planeación rostro sonoro



<b>Guion 1, Formato Corto, Rostro Sonoro, Antonino Guacheta</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Rostro Sonoro, Antonino Guacheta</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltran</b>				
<b>ITE M</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
1	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo "Pampa Liriana" pasa a fondo	04´	04´
2	<b>Entrevista 1</b>	Testimonio del Entrevistado, Antonino Guacheta	2:0 6´	2:10´
3	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo "Pampa Liriana" pasa a fondo	03´	2:13´
4	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra cabezote de salida	11´	2:21´
5	<b><u>CONTROL</u></b>	Música de fondo "Pampa Liriana"	5´	2:26´

Tabla 4- Guión1, Formato Corto, Rostro Sonoro, Antonino Guacheta

<b>Guión 2, Formato Corto, Rostro Sonoro, Evaristo Chate</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Rostro Sonoro, Evaristo Chate</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltrán</b>				
<b>ITE M</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
1	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo “Flor de un día” pasa a fondo	02’	02’
2	<b>Entrevista do 1</b>	Testimonio del Entrevistado, Evaristo Chate	1:3 8’	1:40’
3	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo “Flor de un día” pasa a fondo	02’	1:43’
4	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra cabezote de salida	05’	1:49’
5	<b><u>CONTROL</u></b>	Música de fondo “Flor de un día”	3’	1:52’

Tabla 5- Guión 2, Formato Corto, Rostro Sonoro, Evaristo Chate

<b>Guion 3, Formato Corto, Rostro Sonoro, Nora Cecilia Cuene Mulcue</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Rostro Sonoro, Nora Cecilia Cuene</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltran</b>				
<b>ITE M</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
1	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo “Leño Verde” pasa a fondo	02´	02´
2	<b>Entrevista 1</b>	Testimonio del Entrevistado, Nora Cecilia Cuene Mulcue	1:2 4´	1:26´
3	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo “Leño Verde” pasa a fondo	01´	1:27´
4	<b><u>CONTROL</u></b>	Marcación de formato (Nora Cecilia, Morales, Cauca, 2019)	06´	1:35´
5	<b><u>CONTROL</u></b>	Música de fondo “Leño Verde”	3´	1:38´

Tabla 6- Guión 3, Formato Corto, Rostro Sonoro, Nora Cecilia Cuene Mulcue

### 3.2.2. Vox pop.

También denominado vox populi o collage, proviene del latín “la voz del pueblo”, que a lo largo de su contexto abarca una serie de concepciones provenientes del llamado populismo, que de acuerdo a Carlos de la Torre “es parte constitutiva de la democracia, porque se trata de una estrategia política que puede ser exitosa, pero, además porque el populismo considera a las pasiones en la construcción de identidad y en la distinción de un nosotros y un otro, componentes centrales de lo político”<sup>62</sup>

“Se trata de una técnica de producción que supone que el redactor de un espacio determinado sale previamente a la calle, con grabadora en mano, a sondear el estado de una parte de la opinión pública mediante la formulación de una pregunta. Una vez recogidas las intervenciones, el redactor edita el material obtenido”.<sup>63</sup>

Esta es una forma de conocer la opinión de la gente sobre un tema en específico, así como también permite al productor radial o locutor, realizar una labor periodística, que insita a la participación del oyente, para así formar lasos de interactividad y por ende de cercanía.

Además este es un formato corto, fácil de realizar, puesto que consta de identificar temas importantes tanto para la cultura, la política o la identidad y cosmovisión de una comunidad en este caso preciso la indígena, desde los cuales se pueda plantear una pregunta guía, y de esta manera darle vida a una pieza sonora denominada vox pop.

Para Andrea Holgado “Pensar las producciones radiales como piezas sonoras nos abre el universo creativo hacia otras disciplinas; hacia otros abordajes posibles en

---

<sup>62</sup> Gaete, Julio Aibar, ed. *Vox populi*. Vol. 1. FLACSO Mexico, 2007.

<sup>63</sup> Damas, Susana Herrera. "Las nuevas modalidades para la participación de los jóvenes en la radio española." *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna*. 20 (2006).

el relato sonoro/radiofónico”<sup>64</sup> y es preciso ese nuevo universo donde la creación de vox pop contribuye a la creación de ideas que generen dinamismo.

Ese dinamismo se obtiene al intentar llegar al oyente de manera amena o familiar, ya que a la gente le gusta escucharse y sentirse importante, en su contexto, es por ello que Valderrama enfatiza en que “La radio debe recordar que a los seres humanos nos gusta que nos cuenten historias, no solo queremos que se nos dirijan al intelecto sino también a la emoción, a eso que nos hace humanos porque, como bien decía Kaplún: “el diálogo es siempre más atractivo que el discurso, porque no dice las cosas directamente sino que las sugiere”<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Holgado, Andrea Ximena. "La radio expandida: narración sonora, arte y literatura." Letras (2016).

<sup>65</sup> VALDERRAMA, José Luis. Construyendo Paz desde la Cultura, Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

<b>Planeación Vox Pop</b>	
<b>Planeación</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar una serie de temas, que resulten relevantes, controversiales, destacados ante la comunidad, significativo ante una situación, desde diversas miradas y posturas, como la cultura, la seguridad, los procesos de paz, organización social, el deporte, la agricultura, la política, los derechos y valores humanos, desde las vivencias propias como pueblos indígenas y campesinos, etc.</li>   <li>2. Desarrollar los posibles temas, a manera de lluvia de ideas, en una especie de lista, para luego decidir, cuáles son esos asuntos, que se debería poner en opinión de la gente, a través del vox pop.</li>   <li>3. A continuación, se debe elegir una pregunta guía, que abarque el tema y lo que se quiere obtener de este, de manera concreta y precisa, que el entrevistado logre entender con facilidad.</li> </ol> <p>Del mismo modo se sugiere realizar una lluvia de ideas, en este caso de preguntas, que logren compactar, él o los temas escogidos, para escoger una sola pregunta.</p>

<b>Planeación Vox Pop</b>	
<b>Producción</b>	<p>Escoger en el territorio a abordar, un sitio, donde posiblemente se reúna mucha gente, para así recopilar la mayor cantidad de testimonios.</p> <p>Desarrollar la entrevista corta de una sola pregunta, a diversas personas, entre jóvenes, adultos, niños, ancianos, para que la opinión y testimonio acerca del tema escogido sea variado.</p> <p>Se recomienda pedir al entrevistado que responda repitiendo la pregunta, para que en el momento de realizar el montaje sonoro, no salga la voz del entrevistador.</p>
<b>Montaje</b>	<p>Hacer un montaje sencillo, pero cargado de sonoridad. En máximo 2 minutos, donde se agrupen las respuestas a la pregunta guía de la mayor parte de los entrevistados, en fragmentos uno sobre el otro.</p> <p>La realización de este formato pretende exponer ante su audiencia, la diversidad de opiniones que existen con respecto a un tema, en el municipio, además de resaltar, la importancia del criterio de las comunidades que habitan ese territorio.</p> <p>Se sugiere que no salga la pregunta guía, pero en caso de no lograr que el entrevistado, haga referencia a la misma, se puede anexar, y así realizar la construcción de los testimonios. Al final se debe marcar el formato en seco con, lugar y año.</p>

**Tabla 7-** Desarrollo Planeación vox pop

<b>Desarrollo Planeación Vox Pop</b>	
<b>Temas</b>	<b>Cultural:</b> Tradición Ancestral del saber y ser Indígena
	<b>Político:</b> Constante lucha por la defensa de los derechos como Resguardos Indígenas.
	<b>Social:</b> Comunicación Indígena, en torno a la radio
<b>Preguntas Guía</b>	<p>¿Para usted como indígena que significa el territorio?</p> <p>¿Qué opinión tiene usted acerca de los proceso de recuperación de tierras, de los pueblos indígenas?</p> <p>¿Cómo cree usted que la radio contribuye al fortalecimiento de la cultura?</p>

Tabla 8 – Planeación vox pop

<b>Guión 1, Formato Corto, Vox Pop, ¿Para usted como indígena que significa el territorio?</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Vox Pop, ¿Para usted como indígena que significa el territorio?</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltran</b>				
<b>ITEM</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
1	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo "Olivier_d_Icarie_- _Eclosion__quéna_" pasa a fondo	01´	01´
2	<b>Locutor 1</b>	Pregunta: ¿Para usted como indígena que el significa territorio?	04´	05´
3	<b><u>Entrevista1</u></b>	Entrevista, Joven indígena	11´	16´



<b>Guión 1, Formato Corto, Vox Pop, ¿Para usted como indígena que significa el territorio?</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Vox Pop, ¿Para usted como indígena que significa el territorio?</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltran</b>				
<b>ITEM</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
4	<u><b>Entrevista2</b></u>	Entrevista, Mujer indígena	18´	34´
5	<u><b>Entrevista3</b></u>	Entrevista, hombre indígena	16´	50´
6	<u><b>Entrevista4</b></u>	Entrevista, mujer indígena	4´	54´
7	<u><b>Entrevista5</b></u>	Entrevista, joven indígena	13´	1:07´
8	<u><b>Entrevista6</b></u>	Entrevista, hombre indígena	21´	1:28´
9	<u><b>CONTROL</b></u>	Marcación de formato (Morales Cauca, 2019) sube música de fondo hasta 1:32´	04´	1:32´

Tabla – 9 Guión 1 Formato Corto, Vox Pop, ¿Para usted como indígena que significa el territorio?

<b>Guión 2 Formato Corto, Vox Pop, ¿Qué opinión tiene usted acerca del proceso de recuperación de tierras de los pueblos indígenas?</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Vox Pop, ¿Qué opinión tiene usted acerca del proceso de recuperación de tierras de los pueblos indígenas?</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltrán</b>				
<b>ITEM</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
1	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo “Olivier_d_Icarie_-_Eclosion__quéna_” pasa a fondo	01´	01´
2	<b>Locutor 1</b>	Pregunta: ¿Qué opinión tiene usted acerca del proceso de recuperación de tierras de los pueblos indígenas?	05´	06´
3	<b><u>Entrevista 1</u></b>	Entrevista, hombre indígena	16´	22´
4	<b><u>Entrevista 2</u></b>	Entrevista, mujer indígena	7´	29´
5	<b><u>Entrevista 3</u></b>	Entrevista, hombre indígena	04´	33´
6	<b><u>Entrevista 4</u></b>	Entrevista, hombre indígena	7´	33´
4	<b><u>Entrevista 5</u></b>	Entrevista, hombre indígena	55´	1:28´
7	<b><u>CONTROL</u></b>	Marcación de formato (Morales Cauca, 2019) sube música de fondo hasta 1:33´	05´	1:33´

Tabla 10 – Guión 2 Formato Corto, Vox Pop, ¿Qué opinión tiene usted acerca del proceso de recuperación de tierras de los pueblos indígenas?

<b>Guión.3 Formato Corto, Vox Pop, ¿Cómo cree usted que la radio contribuye al fortalecimiento de la cultura?</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Vox Pop, ¿Cómo cree usted que la radio contribuye al fortalecimiento de la cultura?</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltrán</b>				
<b>ITEM</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
1	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra música de fondo “Olivier_d_Icarie_- _Eclosion__quéna_” pasa a fondo 5 seg	01´	01´
2	<b>Locutor 1</b>	Pregunta: ¿Cómo cree usted que la radio contribuye al fortalecimiento de la cultura?	03´	04´
3	<b><u>CONTROL</u></b>	Sube música de fondo fondo “Olivier_d_Icarie_- _Eclosion__quéna_” pasa a fondo .	01´	05´
4	<b><u>Entrevista 1</u></b>	Entrevista, Joven indígena	15´	20´
5	<b><u>Entrevista 2</u></b>	Entrevista, Hombre indígena	11´	31´
6	<b><u>Entrevista 3</u></b>	Entrevista, hombre indígena	07´	38´
7	<b><u>Entrevista 4</u></b>	Entrevista, hombre campesino	06´	44´
8	<b><u>Entrevista5</u></b>	Entrevista, mujer indígena	03´	47´
9	<b><u>Entrevista6</u></b>	Entrevista, mujer indígena	14´	1:01´
10	<b><u>Entrevista7</u></b>	Entrevista, hombre indígena	02´	1:03´
11	<b><u>Entrevista 8</u></b>	Entrevista, mujer indígena	14´	1:17´
9	<b><u>Entrevista6</u></b>	Entrevista, mujer indígena	06´	1:23´
10	<b><u>CONTROL</u></b>	Marcación de formato (Morales Cauca, 2019) sube música de fondo hasta 1:30´	06´	1:30´

Tabla 11 – Guión 3 Formato Corto, Vox Pop, ¿Cómo cree usted que la radio contribuye al fortalecimiento de la cultura?

### **3.2.3. Paisaje sonoro.**

Este es un formato corto, que contribuye a darle vida a esos sitios o lugares que resultan ser importantes y emblemáticos en un espacio determinado, José Luis Valderrama acentúa en que el concepto de paisaje sonoro (soundscape) fue desarrollado por el profesor canadiense Murray Schafer, haciendo énfasis en que están articulados a nuestro contexto cultural.

Se articulan al contexto social, en la medida en que son los sonidos del medio, del diario vivir, de la cotidianidad, que están inmersos en la vida de los habitantes de un lugar, sin que estos se den cuenta, que cada día, hay un sonido contando algo, transmitiendo una emoción, relatando un suceso, en cada lugar del mundo.

El paisaje sonoro es un lenguaje radiofónico que articula sonidos a través de efectos que hacen posible una pieza sonora, que tiene como objetivo contextualizar y sobre todo resaltar aquellos lugares importantes de una región, permitiendo así, la creación de un producto creativo, en base a que “la radio necesita otros guiones. Para escribirlos hay que crear otras maneras de sonar. Y para ello, si o si, antes de empezar a decir debemos aprender a escuchar distinto. De plasmar lo sonado, para luego hacerlo sonar”.<sup>66</sup>

Escuchar distinto es empezar a darle un sentido diferente a lo que se percibe a través de los oídos, y a través de lo que el medio está transmitiendo, ese sentido se puede hallar en la tranquilidad que ofrece el cantar de las aves, el silbido del viento, el sonar de las ramas de los árboles, golpeado entre sí, el correr del agua, son sonidos que forman parte de un paisaje que las personas suelen pasar por desapercibido, sin detenerse a pensar los afortunados que son.

---

<sup>66</sup> VALDERRAMA, José Luis. Construyendo Paz desde la Cultura, Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

Mientras tanto cabe resaltar que la utilización de los efectos de sonido en la construcción del paisaje sonoro, resultan imprescindibles, para entenderlos como una pieza que contribuye y no como ruido; para Comunicador social José Luis Valderrama, “los efectos son sonidos que permiten recrear los espacios, ilustrar la narración, ambientar los paisajes sonoros, llenarlos de vida. Los efectos le brindan verosimilitud al discurso radiofónico. Este recurso, el menos explorado en muchas radios de la actualidad.”<sup>67</sup>

<b>Planeación Paisaje sonoro</b>	
<b>Planeación</b>	<p>Ubicar en su territorio esos sitios o lugares representativos para las comunidades que ahí habitan como para la presentación geográfica, social y cultural del municipio.</p> <p>Esos lugares, que representan turismo, encuentro, cultura, tradición, que están inmersos en el diario vivir de las personas, que ya resulta algo cotidiano.</p> <p>Por ello se sugiere resaltar esos lugares, que también son cultura y territorio, para darle a conocer a las comunidades que ahí habitan la importancia de estos sitios.</p>
<b>Producción</b>	<p>Realizar una serie de capturas de audio, de aproximadamente un minuto de duración, en por lo menos 5 sitios distintos y estratégicos del lugar, poniendo la grabadora, de manera estática, se sugiere, que por ese momento la persona que va a capturar los audios este en completo silencio y así lograr captar el ambiente sonoro.</p>

<sup>67</sup> VALDERRAMA, José Luis. Construyendo Paz desde la Cultura, Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

<p><b>Montaje</b></p>	<p>Desarrollar un montaje sencillo, pero cargado de sonoridad. En máximo 1 minutos, se debe hacer la recopilación de las capturas de audio más representativas, para ubicarlas en un solo montaje a través de planos de audio, para no generar uno solo ruido. Al final se debe marcar el formato en seco con: nombre completo del lugar y año.</p>
-----------------------	---

<p><b>Desarrollo Planeación Paisaje sonoro</b></p>	
	<p><b>Galería de Morales.</b> Este es un lugar muy representativo y un sitio de encuentro, tanto para los comerciantes de otros lugares como de los mismos indígenas y campesinos que salen a vender sus productos.</p>
	<p><b>Parque de Morales.</b> Este es un sitio que se caracteriza por su tranquilidad, aquí acuden las personas que necesitan sentarse a esperar a alguien, a conversar con calma, tomar aire fresco y descansar un rato.</p>

	<p><b>Calle principal de Morales.</b> Es una calle muy comercial, a sus alrededores encuentra de todo desde vendedores ambulantes, locales de ropa, comida, supermercados, y restaurantes, su fachada en día de mercado y por lo general siempre parece un parqueadero de carros, puesto que ahí cargan todo tipo de mercancías que compran los campesinos e indígenas para llevar hacia las cordilleras.</p>
---	---

Tabla 12 –Planeación paisaje sonoro

<b>Guión,1 Formato Corto, Paisaje sonoro, Calle principal de Morales, Cauca</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Paisaje sonoro, Calle principal de Morales, Cauca</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltran</b>				
ITE M	MASTER	ACCIÓN	TP	TT
1	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra efecto de sonido, Carros y Motos, primer y segundo plano	14´	14´
2	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, multitud, en la calle	11´	25´
3	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido vendedor ambulante, primer plano	02´	27´

<b>Guión,1 Formato Corto, Paisaje sonoro, Calle principal de Morales, Cauca</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Paisaje sonoro, Calle principal de Morales, Cauca</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltran</b>				
<b>ITEM</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
4	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, multitud, en la calle	09´	36´
5	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, bus escalera pitando	5´	41´
6	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, publicidad callejera, sobre evento musical, y pasa de fondo	2´	43´
7	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, bus pitando	3´	46´
8	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, vendedor ambulante	12´	58´
9	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, multitud de gente en la calle	15´	1:13´
10	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra cabezote de salida	04´	1:17´

Tabla 13 – Guión 1 Formato Corto, Paisaje sonoro, Calle principal de Morales, Cauca



<b>Guión 2 Formato Corto, Paisaje sonoro, Parque principal de Morales Cauca</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Paisaje sonoro, Parque principal de Morales Cauca</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltran</b>				
<b>ITEM</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
1	<u><b>CONTROL</b></u>	Entra efecto de sonido, personas dialogando	03´	03´
2	<u><b>CONTROL</b></u>	Efecto de sonido, vendedora ambulante	05´	08´
3	<u><b>CONTROL</b></u>	Efecto de sonido, de aves, primer plano, efecto de sonido de publicidad de fondo, tercer plano.	38´	46´
4	<u><b>CONTROL</b></u>	Efecto de sonido, máquinas de hacer deporte, primer plano, publicidad de fondo en tercer plano.	10´	56´
5	<u><b>CONTROL</b></u>	Efecto de sonido, personas dialogando en segundo plano.	8´	1:04´
6	<u><b>CONTROL</b></u>	Entra cabezote de salida	6´	1:10´

Tabla 14 – Guión 2, Formato Corto, Paisaje sonoro, Parque principal de Morales Cauca

<b>Guión,3 Formato Corto, Paisaje sonoro, Galería de Morales, Cauca</b>				
<b>Emisora: Nuestra Voz Estéreo 98.9 HJZ de Morales, Cauca</b>				
<b>Nombre del programa: Formato Corto, Paisaje sonoro, Galería de Morales, Cauca</b>				
<b>Fecha: Febrero de 2019</b>				
<b>Realizadores: Gisel Beltran</b>				
<b>ITEM</b>	<b>MASTER</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TP</b>	<b>TT</b>
1	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra efecto de sonido, multitud de gente en área de restaurantes.	08´	08´
2	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, comerciante, ofrece sus productos, primer plano	09´	17´
3	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido Comerciantes, primer y segundo plano	18´	35´
4	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, comerciante con bocina, segundo plano	5´	41´
5	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, comerciante ofrece chontaduro, primer plano	5´	46´
6	<b><u>CONTROL</u></b>	Efecto de sonido, multitud de gente comprando y ofreciendo productos	16´	1:02´
7	<b><u>CONTROL</u></b>	Entra cabezote de salida	05´	1:07´

Tabla 15 – Guión 3, Formato Corto, Paisaje sonoro, Galería de Morales, Cauca

## CONCLUSIONES

Para la realización del diagnóstico y estudio de audiencias se tuvo en cuenta las teorías principalmente de los autores: José Ignacio López Vlgil, José Luis Valderrama, Armand Balsebre entre otros, quienes desde sus escritos y pensamientos explican los conceptos claves para la investigación, en cuanto a radio, comunidades indígenas, formatos cortos y comunicación.

Con base a la definición de estos conceptos se optó por desarrollar un cuestionario, dirigido a las posibles audiencias de la emisora Nuestra Voz Estéreo 98.9 del Municipio de Morales, y un cuestionario dirigido a los productores radiales de la emisora.

Los cuestionarios se desarrollaron en relación a los procesos de comunicación, sociedad y cultura en el Municipio de Morales, en aras de obtener un resultado haciendo uso de una formula cuantitativa, que permitiera comprender la pertinencia de la utilización de formatos cortos, a través de la opinión de la gente en relación a la emisora.

De acuerdo a la realización del diagnóstico a través del trabajo de campo y la implementación de encuestas y entrevistas de manera personalizada, se deduce que en efecto la emisora ofrece contenidos que pretenden fortalecer la cultura y su tradición ancestral, pero quizá se está realizando de una forma poco atractiva al oyente, que pasa por desapercibida, ya que las audiencias en las encuestas

manifestaron la no existencia de esta temática en la programación de la emisora (ver Gráfica 19)

La parrilla de programación de acuerdo a la necesidad de fortalecimiento de la cultura incluye perfectamente esta temáticas, pero el oyente no se percata de su existencia, de acuerdo a lo que manifestaron los encuestados a través del cuestionario en relación a la emisora, lo que indica que algo se debe mejorar, es por ello que se toma la iniciativa de crear formatos cortos a manera de creación de contenido radial piloto, para ver cómo reaccionan los oyentes ante la propuesta.

La realización del proyecto se cree pertinente puesto que en el momento de realizar el trabajo de campo y acercamiento con las comunidades, salen a flote una serie de temas interesantes que se podrían empezar a tratar desde la parrilla de programación de la emisora; donde se tendría en cuenta la opinión y participación de la gente, es por ello que la realización de formatos cortos es una forma de conocer a sus audiencias y de generar empatía y conexión con las mismas, haciendo que su opinión también sea escuchada.

Sería importante para avanzar en este tema de la comunicación y fortalecimiento de la cultura que los mismos productores de radio de la emisora Nuestra Vos Estéreo 98.9 HJZ realizaran sondeos, para conocer la opinión y sugerencias de sus audiencias y mejorar cada día en su trabajo.

Es por ello que se propone la utilización de los formatos cortos, debido a que son útiles para llevar a cabo los sondeos de opinión, a través del vox pop, memoria

histórica y testimonial, vida cotidiana como lugar de la memoria colectiva en los rostros sonoros y sentido de pertenencia y memoria sonora de los espacios naturales, urbanos, habitables o no del municipio. Además son vitales para el fortalecimiento de los contenidos en las emisoras de interés público asignadas a comunidades indígenas, por su contenido y la forma de producirlos.

Se habla de su forma de producción puesto que es una de sus principales cualidades que los hacen especiales, debido a que son baratos, no requieren de mayor inversión de capital monetario para llevarse a cabo, son fáciles de hacer, aunque requieren de una labor periodística breve, no necesariamente debe hacerlos un profesional, los puede hacer cualquiera.

No requieren de una fundamentación técnica ni conceptual avanzada, por ello en la guía se sugiere una serie de pasos que resultan fáciles de abordar, porque hacen referencia a un contexto social y cultural inmerso en cada comunidad, de esta manera responden a una técnica tipo abc, que si sigue los pasos tal y como se aprecian en la guía el resultado será exitoso.

Son dinámicos, en cuanto a su contenido, porque abarca diferentes, voces y opiniones, historias y lugares, además por su corta duración y producción se pueden distribuir por medios digitales de manera ágil, (WhatsApp) además no rompen con la programación cotidiana, porque van insertos en momentos determinados, de tal forma que con estos formatos cortos se logre resaltar los valores de identidad más importantes.

Esta guía, a pesar de ser un paso a paso, no es una camisa de fuerza. Su desarrollo en el municipio de Morales, fue netamente experimental y su pilotaje permite proveer que puede ser usado en otras emisoras de la misma línea en el país.

## WEBGRAFÍA

CAPÍTULO I, HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA RADIO. [Citado en 27 de Febrero de 2018]. Disponible en internet: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/pacheco\\_p\\_fl/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo1.pdf)

SUBDIRECCIÓN DE RADIODIFUSIÓN SONORA, Radio De Interés Público. [EN LINEA]. Ministerio De Tecnologías De Las Información Y Las Comunicaciones, Mintic. [Citado en 01 de Marzo de 2019]. Disponible en internet: <<https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2308.html>>

CONSEJO REGIONAL INDÍGENA DEL CAUCA, Cric. Emisoras Indígenas Filiales. [EN LINEA]. [Citado en 31 de Octubre de 2018]. Disponible en internet: <<http://www.cric-colombia.org/portal/proyecto-politico/programa-comunicaciones/red-amcic/emisoras-indigenas-filiales/>>

MAPA MORALES CAUCA. [EN LINEA]. Google Maps. [Citado en 20 de Mayo de 2018]. Disponible en internet: <https://www.google.com.co/maps/place/Morales,+Cauca/@2.7540415,-76.6297191,15.07z/data=!4m5!3m4!1s0x8e307272062426b3:0x91657325d2f15c54!8m2!3d2.753912!4d-76.628114?hl=es-419>

## BIBLIOGRAFÍA

OSSES, Rivera, S.L. (2015, Julio-Diciembre). Cincuenta años de Radio Comunitaria en Colombia. Análisis sociohistórico (1945-1995). *Rev. Cient. Gen. José María Córdova* 13(16), 263-283

BUENDÍA ASTUDILLO, Alexander. y PINO CORREA, Juan Carlos. Radio Local, opinión Pública Y Participación Ciudadana. Enero-junio, 2008. Vol. xxvii . No. 52., p.84-96.

VALDERRAMA, José Luis. Construyendo Paz desde la Cultura, Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

CUESTA, O. (julio - diciembre 2012). Investigaciones radiofónicas: de la radio a la radio indígena. Una revisión en Colombia y Latinoamérica. *Ánfora*, 19 (33) 165-183. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538..

MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. Resolución Número 00415. (26, Febrero, 2018). Por La Cual Se Expide El Reglamento Del Servicio De Radiodifusión Sonora Y Se Dictan Otras Disposiciones. Resolución 415-2010. Bogotá, D,c, 13 de abril, 2010. no. 13. p. 6-

RODRÍGUEZ, Clemencia, and JEANINE El'Gazi. "La poética de la radio indígena en Colombia." *Rincón y otros. Ya no es posible el silencio. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina-Friedrich Ebert Stiftung* (2007): 239-262.

Declaración de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena de Abya Yala

PROYECTO EMISORA INDÍGENA, Zona Occidente Municipio De Morales Cauca . Resguardos Indígenas, Honduras, Agua Negra, Chimborazo. Morales Cauca.:Nuestra Voz Estéreo 98.9 Fm , [c.a.]. 9 p.

RODERO, Emma. "Educar a través de la radio". Signo y Pensamiento, vol. XXVII, no. 52, 2008, pp. 97-109. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

RUTA ECO TURÍSTICA DE LA PROSPERIDAD, Reseña Histórica, Morales, 2005

NARANJO ESPINOSA, Daniela Alejandra. Propuesta Periodística Radiofónica Para Programas Educativos En Turismo Sostenible Que Beneficia El Desarrollo Comunitario, A Través De La Coordinadora De Radio Popular Educativa Del Ecuador Corape, En Las Comunidades Rurales Del Cantón Tena. Periodista. Ecuador.: Universidad De Las Américas. 2012. 269p.

KPLUM, Mario, producción de programas de radio CIESPAL, Quipus Quito Ecuador, 1999, p 157.

VALDERRAMA, José Luis. .Apuntes De Comunicación Cultura Y Paz. Módulo Innovación Y Creatividad Nuevos Formatos, Nuevas Narrativas. Colombia. Ministerio De Cultura Republica De Colombia, [c.a.]. 69 p

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quito, Ecuador.



HOLGADO, Andrea Ximena. "La radio expandida: narración sonora, arte y literatura." Letras (2016).



## ANEXOS

<b>ENTREVISTA 1</b>
Nombre: <b>Marino Belalcazar</b>
Edad: <b>36</b>
Ocupación: <b>Técnico en comunicación- Tecnólogo en Lingüística</b>
Cargo: <b>Locutor Fin de Semana</b>
<b>Cuestionario de preguntas</b>
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en medios? <b>__2 años</b>
2. Nivel de formación educativo. <b>Técnico y tecnólogo</b>
3. ¿Qué es lo que más disfruta de trabajar en radio? <b>La gente, escuchar a los oyentes, interactuar a través de llamadas y reportes.</b>
4. ¿a qué tipo de audiencia se dirige la emisora? <b>La emisora se dirige a jóvenes y adultos que disfrutan de la programación.</b>
5. ¿Cómo describe a su audiencia? <b>Es una audiencia muy participativa, puesto que las llamadas y mensajes a través del WhatsApp nunca faltan.</b>
6. ¿Qué programas se manejan actualmente? <b>Los Fines de semana se emplea un programa, que transmite música alegre y para tomar, es objetivo es generar buen entretenimiento.</b>
7. ¿a su juicio cuál es el programa favorito de los oyentes? <b>La radio Revista y el Telar de la Información, son los programas</b>

que considera son más escuchados.
8. ¿Bajo qué género funciona la programación? <b>Cultural y deportivo</b>
9. ¿Qué formatos se manejan? <b>Formatos largos de 15 minutos y Cortos como el paisaje sonoro.</b>
10. ¿Cuál es el tiempo de duración de cada programa? <b>El programa del Fin de Semana inicia a las 8 de la mañana y termina a las 4 de la tarde.</b>
11. ¿Cómo se maneja el tema social y cultural? <b>Se llega a la gente con espacios informativos e interactivos, a través de la Radio revista y la entrevista.</b>
12. ¿considera que la programación es dinámica? <b>Es dinámica porque maneja varias voces.</b>
13. ¿Qué recursos utiliza para dinamizar la programación? <b>Internet, Redes Sociales, YouTube y Video Clips</b>
14. ¿Cuál es la competencia directa en cuanto a otras emisoras? <b>La Poderosa</b>
15. ¿Qué los hace diferente de otras emisoras? <b>La diferencia está en que es una radio al servicio de la comunidad, que ofrece información de interés.</b>
16. ¿Qué ideas innovadoras existen para fomentar la cultura y las

<p>costumbres en la comunidad?</p> <p><b>La radio Revista, y la inclusión de todo aquello que tenga que ver con la parte del Agro y el medio ambiente.</b></p>
<p>17. ¿Qué tiempo le dedica a la planeación del programa a su cargo?</p> <p><b>2 horas en la noche.</b></p>
<p>18. ¿Qué recursos técnicos utiliza para la producción?</p> <p><b>Audition, Sony Vega, Internet, videovin, TV.</b></p>
<p>19. ¿Cómo ve a la emisora en 10 años?</p> <p><b>Innovada</b></p>
<p>20. ¿Cómo se ve él o ella en 10 años?</p> <p><b>Siendo Técnico y profesional.</b></p>
<p>21. ¿Está de acuerdo con su tipo de vinculación laboral y salarial?</p> <p><b>Trabaja bajo contrato Cric, de acuerdo con el sueldo, que es de un valor de \$2700000</b></p>
<p>22. Si tuviera la oportunidad y los recursos para crear el programa radial de sus sueños, cuál sería.</p> <p><b>Hacer una Radio Novela</b></p>
<p>23. De qué manera, podría la emisora contribuir al fortalecimiento de la cultura, que hace falta, que necesitan para lograrlo.</p> <p><b>Sensibilizar a la gente.</b></p>

<b>ENTREVISTA 2</b>
Nombre: <b>José Libardo Quintana</b>
Edad: <b>36</b>
Ocupación: <b>Comunicador Social</b>
Cargo: <b>Coordinador</b>
<b>Cuestionario de preguntas</b>
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en medios? <b>15 años, en Locución y producción radial</b>
2. Nivel de formación educativo. <b>Bachiller y Técnico.</b>
3. ¿Qué es lo que más disfruta de trabajar en radio? <b>Contar a la gente, anécdotas y vivencias.</b>
4. ¿a qué tipo de audiencia se dirige la emisora? <b>Radio para todos.</b>
5. ¿Cómo describe a su audiencia? <b>Audiencia atractiva.</b>
6. ¿Qué programas se manejan actualmente? <b>Radio Revista</b> <b>Información de Contenido social.</b>  <b>Programas</b> <b>Nuevo Amanecer      6-8 Am</b> <b>Rumba Juvenil        8 – 12 Pm</b> <b>Folklor Andino        12- 4 Pm</b> <b>De Regreso al Rancho    4- 6 Pm</b> <b>Voces de Jubilo.        6- 8 Pm</b>

<p>No existe como tal una sección para la parte informativa, puesto que se informa de acuerdo a la temporalidad e importancia de la noticia.</p>										
<p>7. ¿a su juicio cuál es el programa favorito de los oyentes?</p> <p><b>Es relativo, puesto que cada programa define una audiencia, y cada quien escucha lo que le gusta.</b></p>										
<p>8. ¿Bajo qué genero funciona la programación? <b>Géneros variados, desde la parte educativa, entretenimiento e informativa.</b></p>										
<p>9. ¿Qué formatos se manejan?</p> <p><b>Radio Revista</b></p> <p><b>Musical</b></p> <p><b>Noticiero</b></p> <p><b>Informativo</b></p>										
<p>10. ¿Cuál es el tiempo de duración de cada programa?</p> <table> <tr> <td><b>Nuevo Amanecer</b></td> <td><b>6-8 Am</b></td> </tr> <tr> <td><b>Rumba Juvenil</b></td> <td><b>8 – 12 Pm</b></td> </tr> <tr> <td><b>Folklor Andino</b></td> <td><b>12- 4 Pm</b></td> </tr> <tr> <td><b>De Regreso al Rancho</b></td> <td><b>4- 6 Pm</b></td> </tr> <tr> <td><b>Voces de Jubilo.</b></td> <td><b>6- 8 Pm</b></td> </tr> </table>	<b>Nuevo Amanecer</b>	<b>6-8 Am</b>	<b>Rumba Juvenil</b>	<b>8 – 12 Pm</b>	<b>Folklor Andino</b>	<b>12- 4 Pm</b>	<b>De Regreso al Rancho</b>	<b>4- 6 Pm</b>	<b>Voces de Jubilo.</b>	<b>6- 8 Pm</b>
<b>Nuevo Amanecer</b>	<b>6-8 Am</b>									
<b>Rumba Juvenil</b>	<b>8 – 12 Pm</b>									
<b>Folklor Andino</b>	<b>12- 4 Pm</b>									
<b>De Regreso al Rancho</b>	<b>4- 6 Pm</b>									
<b>Voces de Jubilo.</b>	<b>6- 8 Pm</b>									
<p>11. ¿Cómo se maneja el tema social y cultural?</p> <p><b>Incluir el CRIC</b></p>										

12. ¿considera que la programación es dinámica? <b>Es bastante dinámica.</b>
13. ¿Qué recursos utiliza para dinamizar la programación? <b>Spots, Música, Microprogramas de 3- 4 minutos.</b>
14. ¿Cuál es la competencia directa en cuanto a otras emisoras? <b>No existe como tal competencia directa, de pronto indirecta como la radio comercial Radio 1</b>
15. ¿Qué los hace diferente de otras emisoras? <b>Contextualizamos</b>
16. ¿Qué ideas innovadoras existen para fomentar la cultura y las costumbres en la comunidad?
17. ¿Qué tiempo le dedica a la planeación del programa a su cargo? <b>30 minutos antes</b>
18. ¿Qué recursos técnicos utiliza para la producción? <b>Grabadora, Internet, WhatsApp.</b>
19. ¿Cómo ve a la emisora en 10 años? <b>Auto sostenible</b>
20. ¿Cómo se ve él o ella en 10 años? <b>Organizador y Guiador.</b>
21. ¿Está de acuerdo con su tipo de vinculación laboral y salarial?



**Esta de acuerdo**

22. Si tuviera la oportunidad y los recursos para crear el programa radial de sus sueños, cuál sería.

**Salir a las veredas, grabar voces diferentes.**

23. De qué manera, podría la emisora contribuir al fortalecimiento de la cultura, que hace falta, que necesitan para lograrlo.

<b>ENTREVISTA 3</b>
Nombre: <b>Rodrigo Astudillo</b>
Edad: <b>45</b>
Ocupación: <b>Locutor</b>
Cargo: <b>Secretario</b>
<b>Cuestionario de preguntas</b>
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en medios? <b>15 años, en Locución y producción radial</b>
2. Nivel de formación educativo. <b>Bachiller y Técnico en Comunicación.</b>
3. ¿Qué es lo que más disfruta de trabajar en radio? <b>La satisfacción de sentirse escuchado.</b>
4. ¿a qué tipo de audiencia se dirige la emisora? <b>Maneja programa Voces de Jubilo, se dirige a público de todo un poco (amas de casa, hombres, jóvenes, adulto mayor, etc,) en el área campesina.</b>
5. ¿Cómo describe a su audiencia? <b>Audiencia Buena.</b>
6. ¿Qué programas se manejan actualmente? <b>En diciembre la programación varía, puesto que se incluye el programa de plegaria navideña, un programa bastante interactivo.</b>
7. ¿a su juicio cuál es el programa favorito de los oyentes? <b>Plegaria navideña 6-8 Am</b> <b>Crossover Rumba Juvenil – Música, Canciones, Noticias, Medicina Alternativa</b>

<p>8. ¿Bajo qué genero funciona la programación? <b>Informativo – entretenimiento</b></p>
<p>9. ¿Qué formatos se manejan?</p> <p><b>Servicio Social</b></p> <p><b>Mensajes de reflexión</b></p> <p><b>Música</b></p>
<p>10. ¿Cuál es el tiempo de duración de cada programa?</p> <p>2 horas</p>
<p>11. ¿Cómo se maneja el tema social y cultural?</p> <p><b>Procesos a través de la información con líderes y autoridades, tiene acogida por pertenecer a la comunidad indígena.</b></p>
<p>12. ¿considera que la programación es dinámica? <b>Noticias - Cristianismo</b></p> <p><b>Nivel Mundial</b></p>
<p>13. ¿Qué recursos utiliza para dinamizar la programación?</p> <p><b>Servicio Social - Saludos</b></p>
<p>14. ¿Cuál es la competencia directa en cuanto a otras emisoras?</p> <p><b>No existe como tal competencia directa.</b></p>
<p>15. ¿Qué los hace diferente de otras emisoras?</p>

<b>Enseñanza Bíblica</b>
16. ¿Qué ideas innovadoras existen para fomentar la cultura y las costumbres en la comunidad? <b>Comunicación propia</b>
17. ¿Qué tiempo le dedica a la planeación del programa a su cargo? <b>No maneja Guion, se basa en su experiencia.</b>
18. ¿Qué recursos técnicos utiliza para la producción? <b>Redes, Internet, WhatsApp.</b>
19. ¿Cómo ve a la emisora en 10 años? <b>Auto sostenible</b>
20. ¿Cómo se ve él o ella en 10 años? <b>Gran Proyección</b>
21. ¿Está de acuerdo con su tipo de vinculación laboral y salarial? <b>Esta de acuerdo</b>
22. Si tuviera la oportunidad y los recursos para crear el programa radial de sus sueños, cuál sería. <b>Evangelizar.</b>
23. De qué manera, podría la emisora contribuir al fortalecimiento de la cultura, que hace falta, que necesitan para lograrlo.

<b>ENTREVISTA 4</b>
Nombre: <b>Pedro José Ceballos</b>
Edad: <b>36</b>
Ocupación: <b>Comunicador Social</b>
Cargo: <b>Locutor y periodista.</b>
<b>Cuestionario de preguntas</b>
1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en medios? <b>22 años, en Locución y producción radial</b>
2. Nivel de formación educativo. <b>Técnico en Locución, con énfasis en periodismo radial.</b>
3. ¿Qué es lo que más disfruta de trabajar en radio? <b>Interactuar con la comunidad, a manera de un enlace para dar a conocer hechos o sucesos de la comunidad.</b>
4. ¿a qué tipo de audiencia se dirige la emisora? <b>Amas de Casa, profesionales, campesinos e indígenas.</b>
5. ¿Cómo describe a su audiencia? <b>Audiencia pasiva, porque cada persona está realizando sus labores diarias.</b>
6. ¿Qué programas se manejan actualmente? <b>Musical</b> <b>Contenido Cultural</b> <b>Informativo</b> <b>Comunitario</b>

<p>7. ¿a su juicio cuál es el programa favorito de los oyentes?  <b>Cada oyente tiene su programa preferido, variado, noticias e interactividad.</b></p>
<p>¿Bajo qué genero funciona la programación?  <b>Musical</b>  <b>Contenido Cultural</b>  <b>Informativo</b>  <b>Comunitario</b></p> <p>8.</p>
<p>9. ¿Qué formatos se manejan?  <b>Entrevista</b>  <b>Reportaje</b>  <b>Crónica</b>  <b>Noticia</b>  <b>Informativo</b></p>
<p>10. ¿Cuál es el tiempo de duración de cada programa?    <b>Reportaje 45 minutos</b>  <b>Crónicas 30 Martes y Viernes</b></p>
<p>11. ¿Cómo se maneja el tema social y cultural?  <b>A través del reportaje y la crónica.</b></p>
<p>12. ¿considera que la programación es dinámica? <b>Podría ser mejor</b></p>

<p>13. ¿Qué recursos utiliza para dinamizar la programación?</p> <p><b>Compromiso</b></p>
<p>14. ¿Cuál es la competencia directa en cuanto a otras emisoras?</p> <p><b>Somos una emisora alternativa, por ello no hay competencia directa.</b></p>
<p>15. ¿Qué los hace diferente de otras emisoras?</p> <p><b>Contenido social y comunitario</b></p>
<p>16. ¿Qué ideas innovadoras existen para fomentar la cultura y las costumbres en la comunidad?</p> <p><b>Usar medios tecnológicos.</b></p>
<p>17. ¿Qué tiempo le dedica a la planeación del programa a su cargo?</p> <p><b>15 minutos crossover</b> Cultural de 2-3 horas</p>
<p>18. ¿Qué recursos técnicos utiliza para la producción?</p> <p><b>Computador</b> <b>Grabadora</b> <b>libreta</b></p>
<p>19. ¿Cómo ve a la emisora en 10 años?</p> <p><b>Con apoyo y compromiso, autoridades contenido cultural e incluyente...</b></p>
<p>20. ¿Cómo se ve él o ella en 10 años?</p> <p><b>Mayor experiencia...</b></p>

<p>21. ¿Está de acuerdo con su tipo de vinculación laboral y salarial?</p> <p><b>No hay salario</b></p> <p><b>Dificultad al no ser indígena</b></p>
<p>22. Si tuviera la oportunidad y los recursos para crear el programa radial de sus sueños, cuál sería.</p> <p><b>Programa que incluya minorías r incluya noticiero, sin censura.</b></p>
<p>23. De qué manera, podría la emisora contribuir al fortalecimiento de la cultura, que hace falta, que necesitan para lograrlo.</p> <p><b>Inclusión</b></p>