

VOZ DE LA COMUNICACIÓN CIUDADANA

JESSICA PAOLA NÚÑEZ BUESAQUILLO

266446

2017

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

VOZ DE LA COMUNICACIÓN CIUDADANA

JESSICA PAOLA NÚÑEZ BUESAQUILLO

Trabajo de grado presentado para optar el título de profesional de Comunicador Social y
Periodista

Asesor

Víctor Alexander Conejo Sandoval

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

SOACHA, CUNDINAMARCA

2017

DEDICATORIA

Este proyecto tiene una especial dedicatoria para mi familia, en específico a mi mamá, mi hermana, mis tíos Eduardo y Marthy, quienes estuvieron apoyando cada paso para construir este camino lleno de bendición. Por otro lado, quiero dedicárselo a Gladys Maitte Pérez Mendoza directora de “La Voz de mi Barrio 7” , Pablo Beltrán subdirector de la emisora y John Alexander Mora Lozano, quienes apoyaron cada proceso en los que estuve vinculada; y por último, quiero dedicarle con todo mi amor este ejercicio periodístico al motor y la inspiración para ser una gran profesional, a mi hija, Amy Celeste Cifuentes Núñez.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer de antemano a todos los docentes de UNIMINUTO sede Soacha, quienes hicieron parte del proceso de aprendizaje y enseñanza durante estos cinco años, entre ellos a mi tutor Víctor Alexander Conejo, quien tuvo toda su paciencia y dedicación al trayecto de este proyecto de grado.

Con todo mi cariño quiero agradecerle a todo el equipo de “La Voz de mi Barrio 7”, quienes abrieron las puertas de su medio ciudadano virtual y las de su corazón para apoyarme incondicionalmente en este tiempo que he estado compartiendo con ellos, en cada experiencia y la lucha de ser visibles, generando credibilidad y reconocimiento en la localidad.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
CAPITULO 1.....	14
DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
JUSTIFICACIÓN	16
OBJETIVOS.....	17
<i>OBJETIVO GENERAL</i>	<i>17</i>
<i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	<i>17</i>
ESTADO DEL ARTE	18
MARCO TEÓRICO	23
1. PARTICIPACIÓN.....	23
1.1. CIUDADANÍA	24
1.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA	25
1.3. ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN COLOMBIA.....	26
1.4. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .	27
2. MEDIOS CIUDADANOS.....	28
2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	28
2.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN CIUDADANO Y SUS FUNCIONES DE	
PARTICIPACIÓN CIUDADANA	30

2.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA VIRTUAL EN COLOMBIA.....	31
3. LO POPULAR.....	32
3.1. CONCEPTUALIZACION DE LO POPULAR.....	32
3.2. RELACION DE LO POPULAR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA.....	33
4. PROPUESTAS COMUNICATIVA	35
4.1. PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO SOCIAL.....	35
METODOLOGÍA	37
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
CAPITULO II	40
PROPUESTA Y RESULTADOS ESPERADOS.....	40
CAMPO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO COMUNICATIVO.....	42
PROPUESTA 1: ENCUESTAS	42
PROPUESTA 2. CPL CONSEJO DE PLANEACIÓN LOCAL – SECTOR DE COMUNICACIONES.....	48
PROPUESTA 3. PROGRAMA DE BARRIO EN BARRIO:	56
PROPUESTA 4. COMUNICACIÓN 100 HORAS “VOCES DEL PUEBLO”.....	59
PROPUESTA 5. IMPLEMENTACIÓN AUDIOVISUAL.....	63
PROPUESTA 6. VOCES TRANSFORMADORAS	65
CONCLUSIONES.....	71

REFERENCIAS 73

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
FIGURA 1. Rodríguez J.C 2015. Figura 6. Origen y evolución de algunas formas de participación ciudadana.....	26
FIGURA 2. Resultado de los medios de comunicación que conoce los habitantes de Bosa, que contestaron un “sí” a la anterior pregunta.....	46
FIGURA 3. Pérez Maitte, Curva de Audiencia 29 de Julio del 2016, programa “De Barrio en Barrio” Bosa Alameda del Parque.....	58
FIGURA 4. Pérez Maitte, Curva de Audiencia 11 de Marzo de 2017; Programa “Voces Transformadoras”.....	66

LISTA DE TABLAS**Pág.****TABLA1.** Matriz FODA del proyecto.....**40****TABLA 2.** Resultado de los medios de comunicación que conoce los habitantes de Bosa, que contestaron un “sí” a la anterior pregunta.....**45**

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO 1. Género perteneciente, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas.....	43
GRÁFICO 2. Target, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 persona.....	43
GRÁFICO 3. UPZ dónde habita, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas.....	44
GRÁFICO 4. Conocimiento de los medios de Comunicación Comunitaria, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas.....	45
GRÁFICO 5. Visibilización de los medios Comunitarios en Bosa, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas.....	47
GRÁFICO 6. Los Medios de Comunicación son generadores de cambio, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas.....	47

ABSTRAC

Este proyecto denominado “Voz de la Comunicación Ciudadana” tiene como fin fortalecer los procesos comunicativos mediante propuestas a través del medio más escuchado de la localidad séptima de Bogotá, reconocida a nivel distrital y actualmente internacional, partiendo de un estudio con la población de Bosa en diferentes técnicas y herramientas como: encuestas, entrevistas, tabulación de datos, sondeo de líderes, reconocimiento de la institucionalidad, programas radiales de impacto generados públicamente y alianzas estratégicas, con el medio ciudadano “La Voz de mi Barrio 7”, logrando tener resultados positivos en la visibilización del medio, acogimiento por la población y ampliando la participación de la comunidad.

INTRODUCCIÓN

La alfabetización fue una herramienta propositiva de la comunicación ciudadana para el crecimiento intelectual de los colombianos, siendo un canalizador de contenidos netamente social, de enseñanza, participativo y democrático; el medio popular nació en 1940 en Colombia y a su vez también emergían otros canales alternativos como en Bolivia y País Vasco.

Este medio ciudadano ubicado en el departamento de Boyacá, fue creado en una parroquia pequeña llamada Sutatenza, y por ende nombraron esa emisora de la misma manera, está fue creada por un párroco que le importaba el avance de una sociedad tan analfabeta como lo eran los campesinos de Colombia, es decir la gran mayoría de los habitantes, en esta época se hablaba de unos nueve millones de personas que vivían en lugares rurales: este proyecto radiofónico educativo no formal, lo denominaron Acción Cultural Popular (ACPO) y tuvo cabida oficial en el año 1947; pero, entre los años 1955 y 1994 según Sutatenza pasaron 25.000 mujeres y hombres por el instituto e hizo un cambio enorme en los futuros medios de comunicación alternativa del país y en América latina tanto en su conocimiento, como el lineamiento global que se empezaba generar, hasta que fue clausurada por el Canal Caracol adquiere los derechos de propiedad.

Teniendo como punto de partida lo dicho anteriormente, los medios de comunicación alternativa fueron las armas del pueblo y para el pueblo, para lograr una liberación de aquellos sufrimientos que la historia dejó y que aún deja, en aquellas opresiones informativas de los gobernantes y los mismos medios nacionales que en algún momento iniciaron como medio comunitarios; es por ello, que cuando La declaración de los derechos humanos anuncia en ese artículo tan famoso ,como lo es el artículo 20 donde se establece que: “Todos los individuos

tienen derecho, no sólo a recibir información y opinión, sino también a difundirla por cualquier medio de expresión”, se desató la desinformación, se crearon tanto medios que pocos cumplen con la labor de cambiar un pensamiento para dirigirlo hacia la enseñanza y la participación ciudadana como era el objetivo en un principio, aunque existen varios que si lo hacen tal como la asociación mundial de radios comunitarias, pero normalmente no son escuchadas, o te has puesto a pensar tan sólo en el barrio, municipio o ciudad que vives ¿Cuántos medios ciudadanos existen? O por lo menos ¿Cuántas de estas has escuchado, visto o leído?.

Para llegar al objetivo, es necesario construir propuestas para la credibilidad del medio ciudadano promoviendo estímulos de desarrollo comunicativo y de participación ciudadana del medio alternativo “La Voz de mi Barrio 7”, por tal motivo es de valiosa importancia atribuir con investigaciones constantes, actualizar o crear espacios de difusión donde la población esté atenta a los cambios y tengan retentiva del medio, teniendo como referente metodológico de Theodore Roselvelt en 1958 con la siguiente frase: “El periodista de investigación es a menudo indispensable para el bienestar de la sociedad, pero sólo si sabe cuándo dejar de investigar”.

CAPITULO 1

DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Bosa cuenta desde el año 2015 con una cifra de habitantes de 637.283, divididos en 5 UPZ (Unidad de Planeamiento Zonal). En la localidad existen catorce medios reconocidos dentro la alcaldía local, de los cuales solo cinco se encuentran en funcionamiento entre estos “La Voz de Mi Barrio 7” un medio sonoro virtual, ubicado en la UPZ 84 en el barrio Bosanova, con un cubrimiento periodístico en toda la localidad.

Este medio tiene sus inicios hacia el año 2011, en un programa radial denominado “La Voz de mi Barrio” que se emitía a través de la emisora comunitaria “La Kalle” actualmente conocida como “Ciudad Estéreo 106.4 FM”, dicho programa se dedicaba a resaltar a líderes comunitarios, organizaciones sociales, artistas y demás personas que le aportaran al desarrollo social en todos los ámbitos de Bosa: el 15 de septiembre del año 2014 se constituye como emisora, gracias a los resultados positivos que obtuvo siendo solo un programa radial, es por esto que se anexa el número “7” para darle identidad al medio alternativo y concordancia con la localidad en la que se radicada; actualmente cuenta con un grupo de 30 personas voluntarias aproximadamente, pero fijas en todos los quehaceres son tan sólo 5 que trabajan en todos procesos Bosunos; Gracias a su arduo trabajo, tienen un reconocimiento amplio a nivel local y distrital.

En el año 2015 conocí la emisora “La Voz de mi Barrio 7” en un acto simbólico en conmemoración del día internacional de la mujer en el parque Central de Bosa; Por mi activismo social, cultural y comunicativo en la localidad, fui invitada a formar parte del programa tipo magazine “Llegando al Barrio”.

Al formar parte del equipo activo de la emisora y gracias a los conocimientos adquiridos en mi carrera, pude identificar las problemáticas que afectaban un mejor desarrollo del medio

tales como: la falta de mayor credibilidad por parte de la comunidad hacia el ejercicio comunicativo para que este se convierta en una herramienta efectiva, canalizadora de participación ciudadana y tejido social.

Por tal motivo es viable crear propuestas para fortalecer el proceso de comunicación, ya que Bosa es un sector sin ningún estudio relevante en cuanto a: comunicación y participación ciudadana, por lo tanto, el objetivo principal es contribuir para que “La Voz de mi Barrio 7” sea un medio visible, creíble y generador no solo de información, sino de formación ciudadana, como dijo el escritor y militante político Francés Stéphane Hassel “Una democracia auténtica precisa, de unos medios de comunicación independientes”.

JUSTIFICACIÓN

El término alternativo ha cogido fuerza en las últimas décadas y seguirá siendo un proceso para ser una base cada vez más sólida tal como lo es la comunicación ciudadana virtual, convirtiéndose en una herramienta clave e importante para la difusión de la participación de los ciudadanos y líderes en las localidades; para esto es necesario construir una propuesta firme para lograr los objetivos y metas como ciudadanos que ejercen una democracia en una nación partícipe mediante la apropiación de los elementos locales.

En este estudio se usará como el canal alternativo a “La Voz de mi Barrio 7” localizada en Bosa, para la formación de ciudadanos participativos mediante los canales populares, logrando obtener nuevamente la credibilidad de la comunicación dirigida para y por la comunidad, siendo un diseño experimental que pueda ser expandido en los diferentes sectores de la ciudad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer los procesos comunicativos para la participación ciudadana y la credibilidad de la emisora virtual alternativa “La Voz de mi Barrio 7” de Bosa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Estudiar la influencia que tiene el medio ciudadano “La Voz de mi Barrio 7”, en la participación ciudadana, llevando a cabo una observación entre difundidores, mensaje, receptores y acción.
2. Analizar los problemas comunicativos del medio, para generar un mensaje adecuado y eficaz para crear participación, opinión y democracia en el formatos sonoro virtual.
3. Formular una propuesta comunicativa, para crear espacios de participación, debates y opiniones en formatos sonoros.
4. Evaluar el alcance de la propuesta comunicativa para determinar sus posibles impactos y alcances en los habitantes de la localidad, diagnosticados en mixto (Cualitativo y cuantitativamente).

ESTADO DEL ARTE

Teniendo en cuenta que el anterior objetivo, apunta a la creación de una propuesta comunicativa para “La Voz de mi Barrio 7” de Bosa, donde se llevará a cabo un acompañamiento en los procesos mediáticos, con el fin de observar y analizar en el sentir de inclusión en la información y la participación ciudadana en ella, por tal motivo es importante concebir en la investigación tres antecedentes académicos entre estos: dos nacionales y un artículo internacional, abarcando las temáticas de participación Ciudadanía con inferencia de la difusión en los medios masivos y medios ciudadanos alternativos de Bogotá.

Para iniciar este análisis, se debe entender que la comunidad es entendida como un grupo de individuos con las mismas características culturales, geográficas y políticas con la concepción del “común”; por otro lado también se debe tener en cuenta que existe una enorme diferencia entre ser parte de una comunidad a ser un ciudadano, que son dos términos que se suelen confundir; El ser Ciudadano se define, como un miembro activo de un estado con derechos y deberes, pero que además de tener una responsabilidad política, también tiene derecho a una participación; Y este último término de “Participación” es definido como la acción y capacidad de intervenir en decisiones políticas de su país, comunidad o región con responsabilidad política y cumpliendo la labor de ciudadano; Por lo tanto, la participación ciudadana es entendida como la acción activa en la apropiación de tomas de decisiones públicas en la clase popular o del común, se puede decir, que existen espacios de participación locales, municipales y nacionales, al encontrar un estudio de participación ciudadana como “consultivo a lo resolutivo”:

Existen dos tesis relacionadas en Colombia, una de La Universidad Javeriana y la segunda de la Universidad de la Sabana, donde mediante un proceso vivencial con las emisoras

ciudadanas identificaron que esta forma comunicativa fortalece la participación ciudadana a través de contenidos educativos y sociales:

El debate moderno sobre el tema va por otra vía: tiende a refrendar la necesidad de buscar una convergencia de suma positiva entre los dos términos. Ninguno de ellos puede negar al otro; se trata más bien de asignarle a cada uno su lugar y establecer los vínculos de complementariedad que los puede unir. Surge así una nueva articulación de la perspectiva del fortalecimiento de la democracia: la de representación política y participación ciudadana. (Algarra, 2010).

En el municipio de Tocancipá existen pocos espacios destinados a la participación de los jóvenes, donde puedan expresar libremente sus ideas, opiniones acerca de sus vivencias y necesidades, donde puedan interactuar entre ellos, escuchar su música favorita, y sobre todo aprender por medio del edu-entretenimiento acerca de temas a los cuales están expuestos y que en muchos casos no pueden hablar con tranquilidad con sus familias y educadores (LAURA JARAMILLO CAMPUZANO, 2014).

Por otro lado existe un referente de la universidad de los Andes que busca una solución real a estos problemas de participación ciudadana y democrática en la capital colombiana, generando una propagación en tres espacios públicos:

En Bogotá, en las dos últimas décadas, por un lado, sectores minoritarios de la sociedad civil no se limitan a votar, sino que asumen un papel de supervisión permanente de los representantes y políticos elegidos, con el fin de que cumplan con los mandatos (es el caso del proyecto Concejo Cómo Vamos, Hacer Público lo Público y algunas experiencias de veedurías locales); y por otro lado, sectores más amplios y numerosos de ciudadanos, asociaciones y movimientos sociales interponen acciones judiciales y administrativas en defensa de sus derechos y del interés

público, desarrollan ejercicios de veedurías a programas y políticas públicas, impulsan acciones mediáticas de denuncia.

2. Un segundo rasgo es la utilización de nuevos repertorios de acción que tienen una capacidad potencial de disminuir la enorme discrecionalidad de políticos y funcionarios, y por esa vía, reducir asimetrías de poder; y de defender intereses públicos.

3. Un tercer rasgo en la trayectoria del AS ha sido el desarrollo de experiencias novedosas de sinergia entre sociedad y Estado, en las que expresiones del control social han contado con el apoyo y promoción de los órganos de control distrital (la Contraloría y la Personería), la veeduría, los agentes de la planeación local en algunas localidades, y de algunas Secretarías del Distrito.” (Hernández, 2010).

Estos dos estudios académicos se puede relacionar con una posible solución de participación ciudadana de Bosa, como lo es el CPL o (Consejo de Planeación Local), que es un espacio representativo y consultivo de la comunidad, en donde participan diferentes sectores poblacionales y organizaciones que construyen la dinámica institucional y comunitaria; actualmente se encuentra 17 consejeros y consejeras, donde fue incluido por primera vez en la localidad séptima de Bogotá el referente de Comunicaciones en el año 2016, logrando masificar la información de los diferentes procesos participativos poblacionales, derivando a su vez en ser un puente entre la institucionalidad y la comunidad.

Por lo mencionado, un medio ciudadano es un espacio de comunicación popular, que no depende de ningún ente estatal o privado, donde proporciona una libre participación de los ciudadanos, con el fin de buscar un beneficio a los intereses de los habitantes (COMUNICACIÓN COMUNITARIA, 2011).; Unificando lo dicho anteriormente y los

significados de estos términos, cito un estudio académico de la Universidad Javeriana de Colombia llamado “Comunicación Comunitaria y Alternativa: Aproximación a dos experiencias juveniles en Bogotá”, trabajo realizado en el año 2009 (Sterling, 2009), donde los medios comunitarios se ven como “un cambio estructural en la comunidad”, hace referencia al análisis que se le realiza a los medios ciudadanos y a los medios masivos, para comparar el funcionamiento de estas dos, relacionándolo con la inferencia a la participación ciudadana dentro del marco Colombiano en los medios de comunicación; Además esto hace visible los medios ciudadanos como organizaciones que son cambiantes en cada sector, país o lugar en donde se encuentre; así mismo la propuesta comunicativa y la realidad de cada sector torna un ambiente diferente de participación: en esta ocasión citaré al mismo documento donde dice:

... como eje central esa visión comunicativa, alternativa y comunitaria, que encuentra su nido en la población y que responde a características específicas, a necesidades y a expectativas propias de cada realidad. Es de suma importancia pensar en la comunicación como fuente de organización, participación y visibilidad, tanto política como cultural; por eso se considera motor indiscutible del desarrollo, representado en la mejoría de la calidad de vida del hombre.

Colombia, es distinguida por ser un país democrático y con ejercicios colectivos e individuales en la toma de decisiones, fomentados por algunos entes departamentales, gubernamentales y locales. El proyecto a desarrollar, tiene en relación la propuesta comunicativa que se va a elaborar en la localidad de Bosa, donde el contexto social, económico, demográfico y de participación es caracterizado por ser un sector de amplia intervención ciudadana, además en correlación tiene como objetivo hacer acompañamiento a la Voz de mi Barrio 7 y lograr que este sea un espacio donde se propague la cooperación popular, para que se apropien de los espacios

públicos y ser un medio viable para la propagación de la voz común y concebir la democracia participativa en el sector.

En el ámbito Internacional se destaca un antecedente de corte académico realizada en Perú, titulada “Comunicación y ciudadanía” este manifestaba que el mundo actual es globalizado y unificado en todos sus vértices y a partir de ese punto se creó la comunicación masiva, este 025la consideró una falacia de cobertura en temas como “Problemáticas ciudadanas” según una serie de encuestas sistematizadas de 160 unidades de estudio (Peruano / Puno) ;

a) La Radio, desde sus inicios, se constituyó en un poderoso medio de comunicación, en la actualidad no ha perdido su alcance en la emisión y recepción de mensajes, aun a grandes distancias y en receptores geográficamente dispersos. (Condo, 2011)

Por lo tanto al tener el objetivo general claro, es preciso darle cabida cuando se alinean en la concepción del público tan amplio que maneja los medios comunicativos actuales, proporcionando una alteración en la información y sin tener como objeto principal el llamado a la orientación de la participación y el rol de ciudadanos democráticos; por tal motivo como consecuencia de la globalización se ha creado un mundo egocéntrico y aun que vivan en un mismo sector y tengan las mismas necesidades comunicativas, políticas, demográficas, culturales y demás, no contribuyen con el fortalecimiento de los espacios participativos y colectivos, por lo tanto es importante cerrar este rastreo académico con las posibilidades de lograr un cambio en la difusión del mensaje a sus receptores, en este caso en la localidad séptima, donde es importante establecer y construir una propuesta comunicativa para contribuir con un cambio radical en los espacios de participación, democratizando el sector popular de la localidad y futuramente la capital Colombiana.

MARCO TEÓRICO

1. PARTICIPACIÓN

La participación inicia su concepto cuando el Filósofo Platón la describía como “existe a partir de la Idea del Bien” en el que todo encuentra su origen y fundamento.”(Parménides 131,AE), es decir que es la verdad propia del conocimiento, pero fue Tomás de Aquino, quien replicó esta teoría en la iglesia católica, puesto que el concepto no atentaba contra Dios; por otro lado el filósofo Aristóteles la definía como “Ello es posible a partir del hecho de no admitir el ser como un género más donde todo queda agotado y confundido al englobar en sí todas las diferencias que hacen posible lo múltiple y determinado ” asociándolo con la imitación. Actualmente es definida como es la acción y efecto de participar (tomar o recibir parte de algo, compartir, noticiar). El término puede utilizarse para nombrar a la capacidad de la ciudadanía de involucrarse en las decisiones políticas de un país o región.

El historiador Silvio Zabala afirma que el termino de participación es un concepto que se viene planteando 45.000 años A.C, pues que los primitivos ya tenía una organización con tareas de caza, pesca, cuidado del hogar y demás , de forma estipulada, como un numeroso equipo y herramientas que daban orden; Pero a pesar de ser un término netamente indígena, se fue masificando en la edad media cuando grandes ciudades tales como España, Francia e Italia, se establecen como países amurallados y con una serie de construcciones que se desataron, por esta razón se necesitaba ayudantes voluntarios para las obra públicas; pero tiempo después esta participación voluntaria la convirtieron en obligación de los ciudadanos, Durante el siglo X los españoles buscaron la recuperación de su propio territorio, que en ese período se encontraba dominado por los árabes; El 22 de Diciembre 1891 fue aprobada la Ley de Organización y

Atribuciones de las Municipalidades o Ley de Comuna Autónoma que otorgaba autonomía a las municipalidades y daba libertad al manejo de elecciones políticas. (Rodríguez J. C., 2015).

Actualmente la participación se ha convertido en una herramienta política y social para generar intervención por la ciudadanía garantizando una democracia colectiva e individual dentro la sociedad y en la misma comunidad donde habita el individuo.

1.1. CIUDADANÍA

La Ciudadanía es el conjunto de derechos y deberes por los cuales el ciudadano o individuo está sujeto en su relación con la sociedad en que vive. El término ciudadanía significa “ciudad”. Por tanto, ciudadanía es la condición que se otorga al miembro de una comunidad organizada; El origen del concepto “Ciudadanía” proviene de la antigua Grecia y Roma; el ciudadano era aquel que tanto rico como pobre tenía responsabilidad de acudir a la asamblea y tomar parte de debates públicos acerca de los problemas de la ciudad, excepto las mujeres y los esclavos. Los cargos públicos se asignaban por sorteo y para estimular la participación de los ciudadanos pobres se establecieron incentivos. Tres principios regían la participación en la asamblea y que aún sigue vigente en nuestros días tales como: Isonomía: que los ciudadanos tenían igualdad ante la ley, Isegoría: cualquiera tenía derecho a hacer uso de la palabra, Koinonía: que consistía en alcanzar el bien común y no el particular; en conclusión a diferencia de los griegos los romanos creían que el ciudadano era aquel que tenía protección jurídica y con ella podía reclamar unos derechos. (Rodríguez R. P., 2011)

Al abandono de la ciudadanía corresponde el olvido de la idea de democracia, que tras el experimento griego es sustituida por otros modelos políticos menos igualitarios. A pesar de ello, la idea esencial de ciudadanía nunca pudo ser erradicada y permaneció hasta que, ya en épocas más recientes, fue redimensionada y puesta de nuevo en funcionamiento teórico y práctico. (Miralles, 2009)

1.2. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

"Esas representaciones también debe en ser consideradas si se quiere dar cuenta especialmente de las luchas cotidianas individuales o colectivas, que tienden a transformar o a conservar esas estructuras" (Gutierrez, 2012)

Es por ello que teniendo como base las anteriores definiciones se puede decir que el término de participación ciudadana puede restringirse a aquellos casos que representan una respuesta individual o colectiva de la sociedad, a una convocatoria realizada por parte de las autoridades gubernamentales en aquellos espacios institucionales que éstas designan o crean. O como la plantea el doctor Jorge Balbis: *"toda forma de acción colectiva que tiene por interlocutor a los Estados y que intenta con éxito o no- influir sobre las decisiones de la agenda pública"*. El Origen de la participación ciudadana se consigue en la nueva constitución, que se formaron en las protestas populares de 1983 a 1987 mostraban otra realidad, No es sólo que querían una sociedad más justa, sobre todo anhelaban una comunidad en la que cada uno pudiera deliberar a cerca del destino común. Una forma de explicar los movimientos sociales, según Carlos Peña dice que "es que en ellos hay demanda de comunidad, de círculos sociales, de todas esas cosas que antes proveían las fuentes tradicionales de sociabilidad como la plaza, la iglesia y el barrio"; La ciudadanía prefería entonces, realizar demostraciones públicas de soberanía y

participación ciudadana para la toma de decisiones sin salir de sus propios barrios. En la medida en la que la soberanía política y religiosa se centralizaban, en esa misma medida las soberanías populares emigraban hacia otros territorios, es a partir de la segunda mitad de la década de 1950, cuando las primeras culturas juveniles influenciadas por la emergente moda y estilo de vida anglosajona se agrupaban y encontraban un punto de reunión durante las tardes y fines de semana en las pequeñas y medianas plazas vecinales. (Rodríguez J. C., 2015)



FIGURA 1. Rodríguez J.C 2015. Figura 6. Origen y evolución de algunas formas de participación ciudadana.

1.3. ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN COLOMBIA

Teniendo claro el concepto de Participación Ciudadana y sus funciones dentro de una ciudad democrática como lo es Colombia, se ejercen las siguientes participaciones colectivas: El voto, herramienta mediante la cual el ciudadano colombiano elige de manera activa a las personas que considera idóneas para su representación en las instituciones del gobierno (Presidencia, vicepresidencia, Cámara de representantes, Senado, Alcaldías, Gobernaciones, Concejos distritales y municipales, Alcaldías locales). Entre otros aspectos de deberes ciudadanos está: El plebiscito, El referendo, El referendo Derogatorio y Aprobatorio La consulta popular, El cabildo o

discusiones públicas abiertas, la Iniciativa Popular es el derecho político de un grupo de ciudadanos de presentar proyectos de ley y de acto legislativo, La Revocatoria del Mandato, La tutela que es un mecanismo creado en el artículo 86 de la Constitución de 1991, mediante el cual toda persona puede reclamar ante los jueces la protección inmediata de sus derechos constitucionales fundamentales, cuando estos resultan vulnerados o amenazados por la acción o la omisión de cualquier autoridad pública o de los particulares en los casos. (Cultural, 2015).

1.4. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La participación ciudadana en los medios de comunicación según Alfonso Gumucio lo define en su escrito “Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo, 2011” como: *“una comunicación nacida de las luchas sociales anticoloniales y antidictatoriales del Tercer Mundo, que tienen su referente académico en las teorías de la dependencia.”*

Los medios de comunicación cumplen un papel clave para el funcionamiento de las sociedades contemporáneas cualquiera sea su sistema político; pero en los sistemas democráticos son fundamentales dado que posibilitan el ejercicio pleno de la ciudadanía; Para una sociedad actual, los medios sirven como herramienta para opinión pública, permitiendo que los ciudadanos tengan conocimiento de lo que sucede a su territorio y en otros lugares del mundo.

Desde su creación en noviembre de 1945, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) promueve la libertad de expresión y el derecho a la información en todo el mundo para generar nuevas formas de tomar decisiones autónomas, proporcionando participación influyente en su lugar de residencia y cambios sociales; En este contexto, los medios de comunicación tienen un papel importante en el fortalecimiento de las

democracias y participación, cuando su recepción es bidireccional; además los medios tienen una influencia en el comportamiento humano, teniendo una responsabilidad social ante los criterios de selección.

En este sentido, en los últimos años la UNESCO ha respaldado varias iniciativas destinadas a los jóvenes con el objeto de desarrollar su conocimiento crítico de los medios de comunicación, ampliar su acceso a las tecnologías de la información, la comunicación y fomentar su participación social a una edad temprana a fin de prepararlos mejor para una vida adulta socialmente activa. (docentes, 2001)

2. MEDIOS CIUDADANOS

2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación en los seres vivos, ha surgido por la necesidad de transmitir mensajes, desde la antigüedad, tales medios como: las pinturas rupestres, el fuego, la caza, los roles dentro de las comunidades y la búsqueda constante para encontrar medios de comunicación más acordes a las necesidades del ser humano sujetos a los avances científicos y tecnológicos tales como: La imprenta en 1455, los periódicos en 1622, el telégrafo eléctrico en 1837, El aparato para producir imágenes cronotográficas en 1895, el teléfono creado en 1857, la radio en 1887, la televisión en 1926, La computadora en 1947, la internet en 1962 y el teléfono móvil en 1973; y con ello una división de estructura física en los medios tales como: Medio audiovisual, la televisión, El cine, medios radiofónicos, medios impresos y medios digitales; Pero que además se dividen según su estructura de carácter: De información, entretenimiento, análisis y especializados.

(Calvo., 2008) “Teorías de la Comunicación de masas”, de Melvin De Fleur y Sandra Ball-Rokeach, marcan en esto una clara la influencia. Por un lado, la concepción orgánica de la sociedad, que entiende que la sociedad es un organismo con estructuras, cada parte tiene una función y en conjunto llevan a una evolución. Las primeras teorías sobre la comunicación de masas nacen en Estados Unidos, donde se interesaron en la propaganda y su utilización política para manipular a las masas o más conocido como el análisis crítico del discurso, esta fue la serie de publicaciones donde se empezó a hablar de Medios de Comunicaciones de Masas.

Después del surgimiento de la televisión Elisabeth Noelle-Neumann retomó la idea del poder de los medios con su teoría llamada “la espiral del silencio”, esta establece la posición del medio en un punto importante de la atención social, estudia la opinión pública como una forma de control. Otro aporte de esta teoría son los relacionados a la agenda setting, desde la cual se plantea que los medios de comunicación de masas pueden influir y determinar el grado de atención al público, donde dan a conocer ciertos temas y ocultan otros.

En la década del 70 se formuló la teoría crítica en la escuela de Frankfur, sus creadores fueron Max Horkheimer, Theodor Adorno y Jürgen Habermas, Pero el principal aporte de esta teoría fue el de Habermas, quien considera que la reformulación de la teoría crítica de la sociedad debe operarse desde el lenguaje pues es ahí donde pueden rastrearse los procesos de reconocimiento intersubjetivo que originan un modelo de acción. Este giro lingüístico significó el análisis de la acción comunicativa como un componente esencial de las formas de construcción de la realidad social. (masas”:, 1997)

Actualmente los medios de comunicación son la herramienta más usada para la unificación mundial, regional, local y nacional; donde globalizadamente es un método igualitario para las costumbres, direccionamiento político, cultural y económico.

2.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN CIUDADANO Y SUS FUNCIONES DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La tradición de los medios ciudadanos tiene una rica historia en América Latina que se remonta a la década de 1940 con la creación de radios mineras en Bolivia y radio Campesina en Colombia. Waisbord Silvio, Voz Populista, 2013.

Un medio Alternativo de Comunicación es una fuente de información independiente y que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas. Está compuesto por periodistas que trabajan independientemente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas.

Para Waisbord, Los medios ciudadanos desafían las lógicas de los medios privados, estas fuentes de comunicación son normalmente dirigidos por un tercer sector o más conocido como el tercer mundo, por lo tanto es un canal anti imperialista, puesto que su contenido es netamente social, democrático y participativo para las voces populares, creando así, un vínculo estrecho entre la comunidad y el estado sin tener ningún interés económico

Además, los medios de comunicación Comunitaria son independientes a las políticas, a menos que sean alianzas estratégicas para ser un lineamiento de bienestar popular y estos medios sean una conexión comunicativa entre los gobernantes y las comunidades; aunque la unión y el direccionamiento de los medios comunitarios sean independientes, revolucionarios y por lo tanto son censurados para limitar la crítica y la democracia en la sociedad.

Los medios de comunicación alternativa deben asegurar el préstamo de espacios para la participación de los ciudadanos como lo afirma James Madison es su siguiente enunciado:

“No hay nada más irracional que dar poder a la gente, pero no darles información, porque sin información, hay abuso de poder. La gente que desean ser sus mismos gobernadores deben armarse con el poder que la información provee. Un gobierno de la gente sin información para la gente o sin una manera de adquirir información es nada más que un prólogo a una farsa o una tragedia quizás ambas“. James Madison, el cuarto presidente de los Estados Unidos (desde 1809 hasta 1817). (Madison, 2011)

2.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA VIRTUAL EN COLOMBIA

En Colombia, los medios de comunicación comunitaria son los que tienen regulación por el Ministerio de las TICS y que en su gran mayoría transmiten en FM (Frecuencia Modulada) y AM (Amplitud Modulada), mientras que los medios ciudadanos son aquellos que funcionan por vías virtuales o alternativas y no están legalizadas por los entes encargados de la comunicación del país.

Para Quim Gil el periodismo digital lo define como la remisión del periodismo tradicional a la web donde el medio puede hacer una fusión de las diferentes instrumentos de la comunicación como: fotografía, video, escrito y audio, dejando de ser unilateral, para ser bidireccional; además siendo una herramienta de diversidad de fuentes e interacción, fortaleciendo la participación ciudadana de manera inmediata.

3. LO POPULAR

3.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LO POPULAR

Es el término utilizado para referirse a las clases pobres o de clase media de una sociedad, que no ocupan lugares considerados de elite dentro de la misma, donde no tiene connotaciones especiales de gusto exquisito o refinamiento; Lo que producen esta palabra es heterogéneo, común, y no trasciende fuera del ámbito local; Sin embargo, pueden caracterizar a cada pueblo, haciendo parte del concepto de nación como identidad de cultura. Mijail Bajtin (1895-1975) analizó la cultura popular en su libro “La Cultura Popular en la Edad Media y el Renacimiento” exponiendo que se trata de una cultura en antagonismo con la cultura oficial, de la que se diferencia por representar a diferentes sectores sociales. Por otro lado, “lo popular” es un concepto de la relación de dominación presente en la sociedad: sector dominante/sector popular, que remite a la cuestión del poder y las luchas por la hegemonía entendida como conducción, no como simple señalamiento cuantitativo de mayoría.

Cuando el término no se enunciaba como “popular” se lo llamaba cultura indígena o folclore, la antropología y esa pasión coleccionista y descriptiva por lo exótico denominada precisamente folclore eran las únicas disciplinas dedicadas a conocerlo. Así fue en las metrópolis y en América Latina, en Europa, inició el estudio de lo popular hasta el siglo XVIII, un interés de las personas “educadas” que se fascinaban por las culturas de pueblos lejanos (celtas, indios americanos, negros del África), pero la información sobre sus costumbres fue producto de una curiosidad errática y tarea de anticuarios. En el XIX, la formación de estados nacionales, que trataban de unificar a todos los grupos de cada país, suscitó interés por conocer a los sectores subalternos para ver cómo se los podía integrar en la misma época, los románticos impulsaron el

estudio del folclore exaltando, frente al intelectualismo iluminista, los sentimientos y las maneras populares, de expresarlos; ante el cosmopolitismo de la literatura clásica, las situaciones particulares, las diferencias y el valor de la vida local. Sólo a fines del siglo XIX, cuando se fundan sociedades para estudiar el folclore en Inglaterra, Francia, e Italia, lo popular entra en el horizonte de la investigación. Bajo las exigencias científicas del positivismo, se buscó conocer empíricamente los mitos y leyendas, las fiestas y las artesanías, los hábitos y las instituciones. Pero las frondosas descripciones casi nunca trascienden la enumeración y el catálogo, no llegan a explicar el sentido de lo popular al no situarlo en las condiciones generales de desarrollo socioeconómico. (Canclini, 1987).

3.2. RELACION DE LO POPULAR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CIUDADANA

La comunicación será alternativa en la medida en que asuma la complejidad de esos procesos, si junto al lenguaje del medio se investigan los códigos de percepción y reconocimiento, los dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos en los que se materializan y expresan confundidos ya la memoria popular y el imaginario del pueblo. (Jesús Martín Barbero, 1980)

Los estudios sobre comunicación masiva se han ocupado de lo popular desde el ángulo opuesto. Para los comunicólogos, lo popular no es el resultado de las tradiciones, ni de la personalidad "espiritual" de cada pueblo, ni se define por su carácter manual, artesanal y oral. Desde la comunicación masiva, la cultura popular contemporánea se constituye a partir de los

medios electrónicos, no es resultado de las diferencias locales sino de la acción homogeneizadora de la industria cultural.

La comunicación popular y alternativa, es el proceso de interacción que se da dentro de un grupo de seres humanos, con el propósito de recuperar sus significados de: memoria histórica, de su vida cotidiana y de su experiencia humana de la realidad; para estructurar estos significados como guías de acción vital, con la participación popular y la capacitación para elaborar, controlar, conducir, ejecutar y evaluar su propio proyecto; que dan lugar a diversos niveles, formas y técnicas de la comunicación popular, alternativa y participativa.” (Merino Ultreras, 1988)

Se puede decir entonces, que la comunicación popular como el extenso campo de expresiones informativas que realiza el pueblo para el resto de la sociedad, en su labor de ser un sujeto histórico, además, se caracteriza por ser agentes del pueblo, con la necesidad de encontrar una respuesta a sus inquietudes y las de la comunidad, para tener una contraparte del dominio, la participación autoritaria y central; cómo lo afirma Jesús Martín Barbero, apoyando un argumento de Gramsci, en su artículo “De la Comunicación a la Cultura” pag.82 al decir que: “Las frustraciones de las clases populares les dio “sentido” al asumirse a sí misma como la clase capaz de orientar el proceso social, no solo los intereses de las burguesías, si no los interés de la sociedad en total” (Barbero, 2012). Tomando la comunicación como una herramienta de cambio ideológico, proyectando a una transformación social de manera educativa a través de los medios de comunicación Ciudadana.

4. PROPUESTAS COMUNICATIVA

4.1. PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO SOCIAL

Para James Midgley, hay diferentes creencias sobre la mejor manera de promover el desarrollo social y diferentes valores, este autor distingue tres grandes ideologías occidentales: el individualismo, el populismo y el colectivismo o socialismo. Para generar una estrategia de desarrollo social se debe tener en cuenta el siguiente ítem:

1. Concentración de la población dispersa

Esta política ha sido incluida bajo el rubro del desarrollo rural integrado, que significa concentrar a la población rural diseminada mediante la estructuración de un sistema jerarquizado e interconectado de centros rurales; esto tiene el objeto de facilitar y reducir los costos de la prestación de servicios sociales básicos, tales como salud, educación, vivienda y otros; facilitar la incorporación de los campesinos a la economía monetaria de intercambio mediante la localización adecuada de la infraestructura de mercadeo, modernizar las actitudes, valores y pautas de conducta de la población rural mediante una concentración que facilite el intercambio de ideas y la convivencia social; facilitar el proceso de participación popular a nivel de localidades básicas y reducir el costo de la integración física del territorio. El gobierno ya ha comenzado a concretar esta política. (Boltvinik, 2012)

Para Clemencia Rodríguez, es importante el estudio de casos en la comunicación Ciudadana, para generar trabajos investigativos partiendo de la comunidad a través de la participación ciudadana, el papel del populismo como canal para la difusión de estos procesos auto – empoderados, están los medios Ciudadanos.

Por tal motivo, un medio para calificarse con efectos significativos dentro de una comunidad, las propuestas comunicativas deben ir encaminadas al fortalecimiento de estos, para lograr que tengan un reconocimiento de “Medio Ciudadano”, según Clemencia Rodríguez afirma su artículo “De medios alternativos a Medios Ciudadanos “que:

El término “Medios Ciudadanos” como calificativo y no como categoría que define el status legal del medio en cuestión. En este sentido, es posible que un medio tenga licencia de difusión comunitaria y aún no califique como medio ciudadano. Solo podrá calificar como tal si desencadena procesos mediante los cuales los productores locales están recodificando sus propias identidades y reformulando una visión de futuro para su comunidad. (Rodríguez C. , 2009)

Es por ello que es sumamente importante las intervenciones para el fortalecimiento en los medios ciudadanos, ya que se sumerge dentro de la comunidad, convive y genera pertenencia, sentido crítico y democrático en su territorio, credibilidad en los medios comunitarios y además genera empoderamiento por las herramientas mediáticas para la participación.

METODOLOGÍA

1.1 Tipo de investigación: Cualitativa

Este tipo de investigación experimental, recoge los discursos y percepciones de la población participante de Bosa, donde se puede relacionar la causa y el efecto de cada técnica utilizada para la dinámica del problema a indagar; Además estudia la relación de los seres sociales, en este caso el medio alternativo “La Voz de mi Barrio 7” que tiene como objetivo potenciar la participación ciudadana en la localidad través de la propuesta radial online planteada.

En escena el interaccionismo simbólico, rescatando el valor de la vida cotidiana y la perspectiva de los actores sociales en la construcción del conocimiento, y así entender el comportamiento de la toma de decisiones en los ciudadanos y qué papel tienen los medios para realizar la participación local, Según John Elliott, Shirley Grundy, W. Carr y Kemmis afirman que “La investigación acción consiste en una investigación que intenta promover que un colectivo social que identifique problemas y busque las vías de solución, mediante procedimientos de acción sistemática y reflexión sostenida”.

Es importante activar este tipo de investigaciones gracias a que este tipo de indagaciones se acercan a la realidad de la ciudadanía, por otro lado tiene la ventaja de ser un método que permite vincularse con las principales fuentes, permitiendo construir conjuntamente las soluciones expuesta, garantizando un posible respuesta con diversidad de criterios y técnicas planteadas de manera transparente.

1.2 Diseño Metodológico: Etnográfica Critico:

Se puede plantear como una acción grupal del sector de Bosa que busca una solución a la problemática de difusión y participación que existe en la localidad específicamente en “La Voz

de mi Barrio 7” ubicada en UPZ 84 en Bosanova, interrumpiendo de manera crítica y argumental, creando una propuesta comunicativa con el fin de construir un plan para el desarrollo local en ámbito participativo y popular, poniendo en duda el modo canalización de información, difusión, y así, cumplir con el objetivo general del proyecto.

1.3 Instrumentos de Investigación:

- Observación: Explorar las actividades sociales y comunicativas para poder tomar nota de las practicas participativas que tiene el medio y su problema de difusión, para construir una reflexión permanente de las interacciones con los ciudadanos.
- Encuestas: Realizar preguntas a los habitantes de la localidad en general para saber qué tan allegado y conocido es el proceso comunicativo en Bosa.
- Entrevistas radiales: Realizar preguntas concretas de participación y amplificación de la voz popular a los líderes sociales que ejecutan su labor activa en la comunidad y así concebir un análisis amplio de la problemática.
- Grupo de discusión: teniendo en cuenta los instrumentos anteriores, se puede discutir la metodología del medio, logrando crear una posible solución de comunicación participativa dentro de la localidad.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Bosa es la localidad séptima de Bogotá localizada al sur de la capital, con un número de habitantes de 637.283 en el año 2015; dividido en 5 UPZ (Unidades de Planeación Zonal) Entre estos: UPZ 85 Central, UPZ 84 Occidental, UPZ 87 Tintal Sur, UPZ 49 Apogeo y UPZ 86 Porvenir; esta localidad limita: al norte con la localidad de Kennedy, al sur con la Autopista sur, al Este con el río Tunjuelito y al Oeste con el Río Bogotá; hidrográficamente cuenta con tres quebradas y el Humedal Tibanica que comparte con el municipio de Soacha; además, Bosa es caracterizado por ser territorio Muisca y en residir otros grupos indígenas vigentes.

Por otro lado Bosa, tiene una sobrepoblación de habitantes por causa del desplazamiento de las personas de sus territorios de origen, siendo un lugar de asentamiento para ellos; en esta localidad encontramos sectores estratificados que van según el DANE de 1 al 3.

“La Voz de mi Barrio 7”, se encuentra localizado en la UPZ 84 Occidental en Bosa Nova, esta emisora no tiene restricción en sus contenidos por lo tanto la población de estudio es abierta y accesible a todo Bosa, puesto que es un medio que ha sido identificado en varios barrios de la localidad.

CAPITULO II

PROPUESTA Y RESULTADOS ESPERADOS

En primera instancia se realizarán mil (1000) encuestas donde se tendrá un resultado en cuanto al conocimiento del medio y la problemática de este, lo que conllevará a realizar planes estratégicos de comunicación, donde se dirigirá a la comunidad para que sea reconocido, por otro lado se hará un sondeo de líderes comunales y de organizaciones para crear un programa donde ellos puedan mostrar las acciones que han realizado para la comunidad y estos mismos sean los difusores dentro de su población creando así una pertenencia por el territorio y la sintonía del medio de comunicación ciudadano; por otro lado, se puede crear alternativas de difusión por otros canales para que los mensajes emitidos por “La Voz de mi Barrio 7” logren ser visibles en la localidad y en otros espacios, generando participación ciudadana e intensificación de la voz popular.

Con el fin de posicionar y lograr la transversalidad en la comunicación en los diferentes proyectos institucionales, que a su vez fortalezcan al medio de forma económica, técnica y pedagógica y que a su vez derive empoderamiento, visibilización de los procesos y las dinámicas sociales.

MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Fortalecimiento de espacios para la participación ciudadana, propagadas por un medio de comunicación alternativo	Fortalecimiento de la mesa de Comunicación alternativa
Potencialización de la voz y crítica territorial de Bosa	Innovar la manera de hacer radio, trascendiendo de la cabina, a interactuar directamente con la comunidad.
Visibilización del trabajo comunitario de líderes y lideresas	Incrementar la credibilidad por parte la ciudadanía hacia el medio, como herramienta de participación y apropiación.

Participación de “La Voz de mi Barrio 7” en espacios públicos Generar alianzas estratégicas con otros medios de comunicación.

Generar reconocimiento de la Voz de mi Barrio 7 y de los medios funcionales por la institucionalidad

DEBILIDADES	AMENAZAS
Desconocimiento de los medios ciudadanos en la localidad	Falta de asignación de recursos e interés de la institucionalidad hacia el medio ciudadano “La Voz de mi Barrio 7”
Reconocimiento de la labor comunicativa ciudadana por los mismos habitantes de Bosa	Falta de una política pública clara y decisiva para los medios alternativos.
Carencia de Fuentes bibliográficas	Falta de recursos propios del medio “La Voz de Mi Barrio 7.
Desunión de los medios alternativos de la mesa local de Bosa.	

TABLA1. Matriz FODA del proyecto

CAMPO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO COMUNICATIVO

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:

1. ENCUESTAS



Realizando encuestas en IDIPROM, Bosa Estación.

Las encuestas fueron planteadas para saber el concepto y conocimiento por parte de los habitantes de Bosa, sobre los ejercicios comunicativos realizados en la misma, para esto se elaboraron 1120 (mil ciento veinte) cuestionarios conformado por siete preguntas, tales como: saber el target, el conocimiento de los medios de comunicación en Bosa, su visibilización y el trabajo que cumplen los medios como transformadores de territorio; Además, este instrumento buscaba saber una orientación de los productos que se pudieran desglosar para contribuir en la participación ciudadana desde “La Voz de mi Barrio 7”.

De las siguientes preguntas realizadas al público abierto en las 5 UPZ, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Pregunta 1. Género

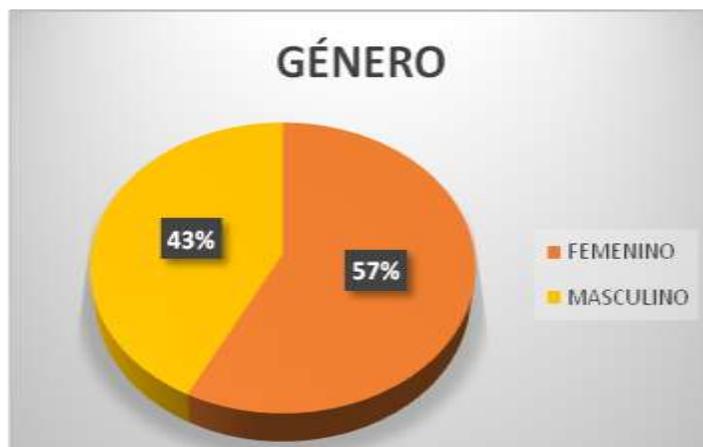


GRÁFICO 1. Género perteneciente, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas

690 mujeres y 510 hombres, fueron encuestados entre las 5 UPZ de la localidad séptima de Bogotá.

- Pregunta 2. Edad

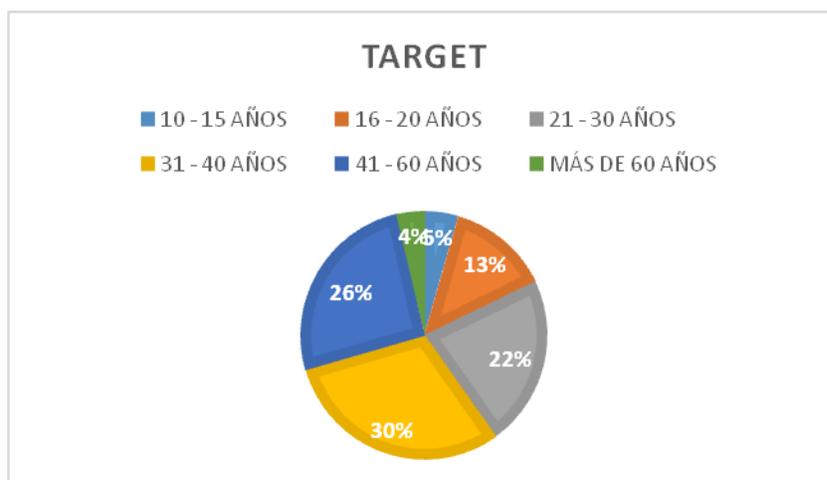


GRÁFICO 2. Target, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 persona.

De los 1120, fueron encuestados 50 personas entre los 10 a 15 años, 150 de 16 a 20 años, de 21 a 30 años de 250 personas, de 31 a 40 años 340 con la mayor cantidad de población quien diligencio el formulario, de 41 a 60 fue de 290, y la menor cantidad de encuestados fue las personas mayores de 60 años con un total de 40.

- Pregunta 3. ¿En qué UPZ habita?

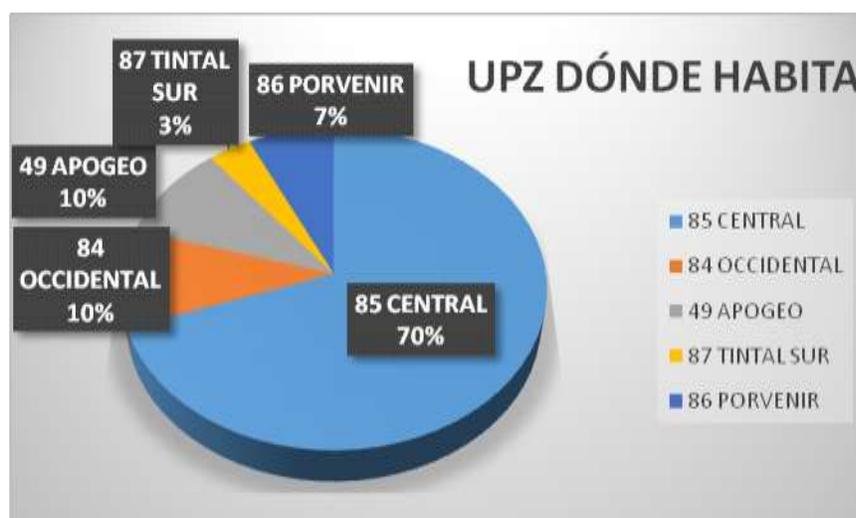


GRÁFICO 3. UPZ dónde habita, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas

En la UPZ Central contestaron al formato 780 personas con el mayor porcentaje, puesto que es la Zonas más grande de la localidad, la emisora “La Voz de mi Barrio 7” está ubicada en la UPZ Occidental, donde fueron encuestadas 110 personas en total.

- Pregunta 4. ¿Conoce algún medio de comunicación ciudadana de la localidad?

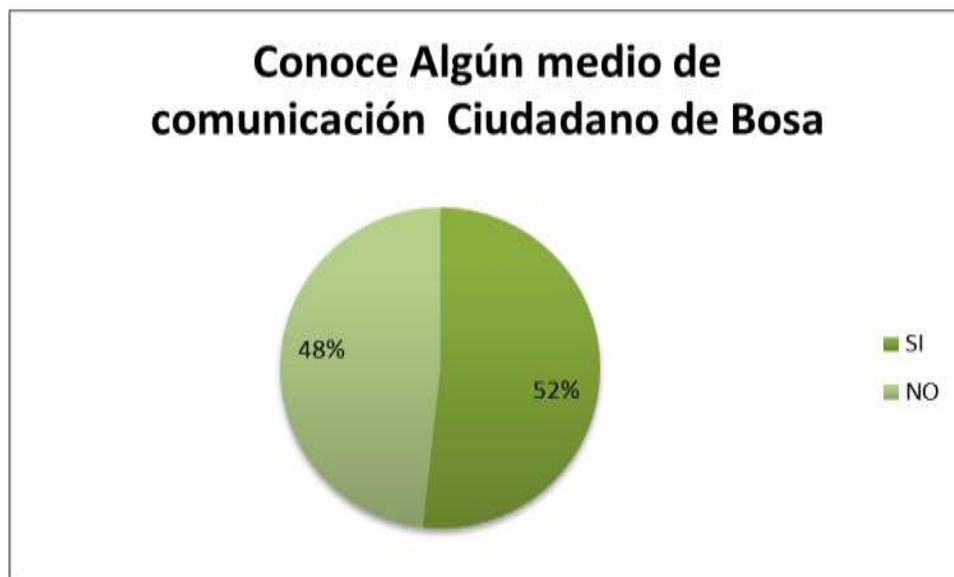


GRÁFICO 4. Conocimiento de los medios de Comunicación Ciudadano, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas

580 personas contestaron que si conocían algún medio de comunicación ciudadano y 540 personas contestaron que no tenían conocimiento que existían medios de comunicaciones en Bosa. Por lo tanto, el 52 % que contesto sí a la respuesta, contestaron a la siguiente pregunta: ¿Cuáles?, donde se respondió de la siguiente manera:

Manguala Estéreo	160
Tibanica prensa independiente	80
Corresponsal de Radio Rumbo	20
Radio Hikari	50
Bosa y sus Barrios	20
El Renacuajo	20
Periódico Mío	30
Boseando con la comunidad	30
La voz de mi barrio 7	560
Otros que no pertenecen a la localidad	40

TABLA 2. Resultado de los medios de comunicación ciudadana que conoce los habitantes de Bosa, que contestaron un “sí” a la anterior pregunta.



FIGURA 2. Resultado de los medios de comunicación que conoce los habitantes de Bosa, que contestaron un “sí” a la anterior pregunta

Por los medios que tienen reconocimiento en la localidad es Manguala Estero y La Voz de mi Barrio 7; que son los dos medios que tienen un arduo trabajo en la localidad.

- Pregunta 4. ¿Son Suficientemente Visibles los medios de Comunicación Ciudadano de Bosa?



GRÁFICO 5. Visibilización de los medios Ciudadanos en Bosa, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas

280 personas contestaron que el trabajo era visible en toda la localidad, mientras que 840 aseguraban que aún les faltaba trabajo de movilización dentro de la localidad para que tuvieran reconocimiento.

- Pregunta 5. ¿Los Medios ciudadanos generan o generarían Cambios Sociales en Bosa?

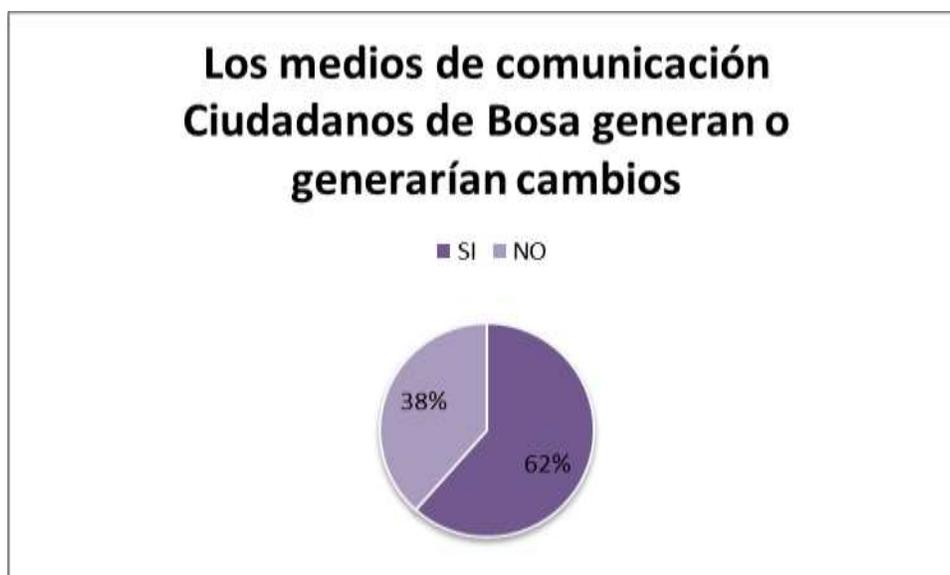


GRÁFICO 6. Los Medios de Comunicación son generadores de cambio, encuesta realizada en la localidad de Bosa de 1120 personas

690 personas contestaron que sí generaría o han generado cambios dentro del territorio de Bosa y 430 personas contestaron que no lograrían cambiar la localidad.

2. CPL CONSEJO DE PLANEACIÓN LOCAL – SECTOR DE COMUNICACIONES

Con los resultados obtenidos anteriormente se evidenció que un 48% de la población tiene desconocimiento sobre los medios de comunicación alternativo de la localidad; es por ello, que la mesa de comunicación en Bosa compuesta en su momento por 14 (catorce) medios entre: visual, sonoros, escritos y TICS; formulan una propuesta de escoger a una persona que los represente en los encuentros ciudadanos, y que a su vez, sea también el o la que haga la representación en el sector de “Comunicaciones” por primera vez en la historia de la localidad en las elecciones del CPL (Consejo de Planeación Local), en la nueva administración de “Bogotá Mejor para Todos”.

El 17 de Febrero del 2016 por votación de la mesa de comunicación, se eligió por mayoría de votos para que la representación del sector quedara bajo la responsabilidad de Jessica Paola Núñez Buesaquillo en el periodo 2016 – 2020; quien entre sus funciones asumiría la asistencia a las diferentes asambleas, generando propuestas, posicionamiento de los medios, verificaciones de los proyectos para darle inclusión y transversalidad a la comunicación dentro de la institucionalidad y la comunidad.



Representantes del Consejo de Planeación Local 2016 -2020

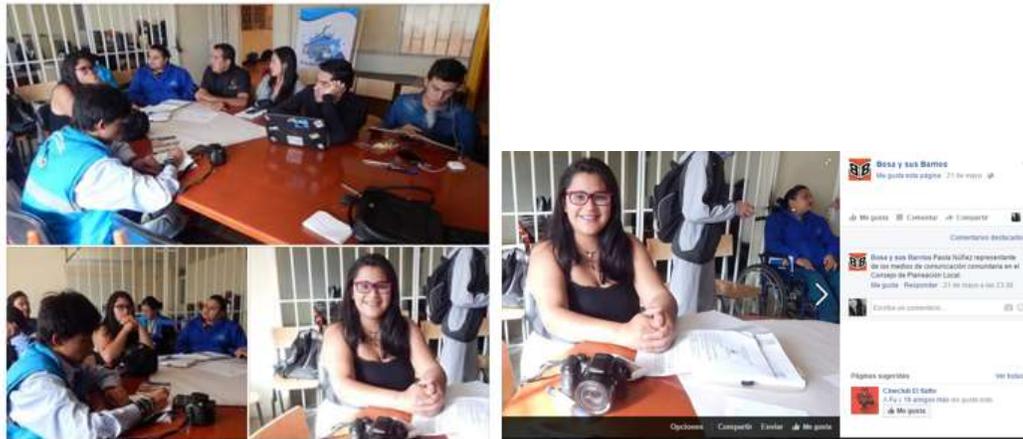


Encuentros Ciudadanos Colegio Fernando Mazuera Villegas

Se realizó acompañamiento en todos los medios, generando un proceso continuo para evaluar los pros y contras de cada actividad, canalizando la información ante la comunidad de Bosa, generando estrategias de mejora en los contenidos, teniendo como primera instancia el aprendizaje a través de la cultura como potencializador de la participación ciudadana.



Reunión del CPL, convocado por la representación de comunicación



Asamblea de Comunicación realizada en el Clan de la Libertad, para la discusión del Plan de desarrollo Local. Foto tomada por: Luis Carlos – Bosa y sus Barrios

Entre las actividades que se llevaron a cabo con los medios, se estudió la influencia que tienen en las UPZ, en la participación ciudadana para la construcción del pensamiento crítico frente a los diferentes acontecimientos que suceden en la localidad, analizando los problemas comunicativos de los medios a través de reuniones generales.

Mediante un programa realizado por Jorge Aníbal Correa director en su momento del programa “En Línea con mi Localidad” de la Voz de mi Barrio 7, en el cual se convocó a diferentes medios para realizar un Conversatorio de Medios Alternativos, con una duración de cuatro horas, asistiendo a este evento medios de comunicación ciudadana de: Suba, Bosa y Soacha, recopilando problemáticas que afectan directamente su buen desarrollo, creando así un plan estratégico para visibilizar las desventajas y posibilidades de cambio en los medios ciudadanos.



Conversatorio de Medios Alternativos, instalación de la Voz de mi Barrio 7.

Teniendo en cuenta los anteriores ejercicios que se realizaron, se logró redactar un documento con los ejes correspondientes y los aportes específicos, donde se postuló el siguiente anexo que quedó plasmado en el CPLB (Consejo de Planeación Local de Bosa) “Construyendo Ciudadanía Activa” para el Plan de desarrollo Local página 29 al 31 que fue entregado el 14 de junio del 2016:

SECTOR COMUNICACIONES

PROBLEMA

La ausencia de campañas que motiven , sensibilicen y generen en la población un reconocimiento de lo público, el desconocimiento de las organizaciones, instituciones e incluso la población local sobre los medios de comunicación local, así como la falta de articulación de los procesos , el mal uso de la difusión y convocatoria dentro de los procesos locales y la ausencia de espacios formación en comunicaciones y apoyo a procesos y medios comunicativos son algunas de las problemáticas encontradas dentro del sector de comunicaciones en la localidad.

JUSTIFICACIÓN

Los medios ciudadanos locales (comunitarios, alternativos e independientes) cumplen un papel primordial en los procesos de participación, ya que visibilizan las fortalezas de los las comunidades, sus logros a la vez llevan información por parte de las entidades que benefician a los y las ciudadanas como proyectos, convocatorias campañas, etc.

SOLICITUD CIUDADANA

Como lo dice su nombre el “medio de comunicación” es el puente entre la administración y la ciudadanía, es por ello que solicitamos que todos los proyectos locales de Bosa, implementen su estrategia de comunicación a través de los medios locales de

comunicación, entre impresos, sonoros, portales web y audiovisuales. (Convocatorias, comunicados, cierres de proyectos, etc.).

Es con base en lo anteriormente mencionado que se presenta que se presentan las siguientes propuestas, de acuerdo con el sector de comunicaciones:

- La creación de una Escuela de comunicación popular que permita realizar un acompañamiento a los procesos de semilleros de comunicación ejecutados por medios de la localidad y la dinamización proceso de Comunicación para la Participación. Además de generar un espacio de apoyo para el fortalecimiento a colectivos de comunicación Alternativa, popular y comunitaria que incluya los Audiovisuales, estencil, muralismo, grafitis artísticos, impresos, radio on Line, periódicos comunitarios, Tics y las diferentes formas de expresión que se entiendan desde la comunicación para el desarrollo. Generando la formación de los habitantes de Bosa en cultura ciudadana.
- La autenticación del Consejo local de medios por parte de la autoridad correspondiente teniendo en cuenta la puesta en marcha de acuerdo 292 de Medios y los acuerdos que lo regulan. Además de Proyectar el gasto público en publicidad teniendo en cuenta la ley de los tercios.
- La generación de un archivo de medios que permita recopilar la Memoria histórica de los medios locales y los hechos históricos correspondientes a la localidad.
- Empoderamiento y visibilización de los medios a través de la articulación con las organizaciones sociales, además destinar un rubro dentro de los proyectos locales, para la difusión de los mismos. Se deberá conceder mínimo el 5% del valor del presupuesto del proyecto para esta tarea y debe ser obligatorio su difusión en los medios pertenecientes a las Mesas de participación.
- Creación de una estrategia de impulso a las iniciativas comunicativas de grupos y organizaciones sociales que contenga: becas, incentivos y el intercambio de experiencias comunicativas en la ciudad, para propiciar el reconocimiento, aprendizaje y articulación de procesos.
- Apoyar 20 iniciativas TIC de organizaciones sociales y comunitarias, ello para impulsar ideas innovadoras que fortalezcan los procesos sociales, participativos y de desarrollo territorial

- La institucionalización de una Feria Anual de medios de comunicación, con el fin de empoderar a los medios de comunicación local y visibilizar a las comunidades dentro del marco de la comunicación comunitaria, alternativa y popular.
- Generación de estrategias que permitan el uso de los medios de comunicación como herramientas de Inspección, Vigilancia y control – IVC.
- Generación de campañas de comunicación en los diversos temas de las líneas de trabajo del Plan de Desarrollo Distrital como lo son campañas sobre; Eficiencia administrativa para el ciudadano. Gobierno, seguridad y convivencia. Acciones de fortalecimiento para la inspección, vigilancia y control. Adecuada utilización de los diferentes medios de transporte de la localidad.
- Promoción de campañas del buen trato a grupos vulnerables y los demás sectores de participación local: (adultos mayores, personas en condición de discapacidad, mujer, LGBTI, niños, juventud, entre otros)
- Transversalizar la comunicación en los planes y proyectos de las alcaldías locales. Teniendo una visión amplia sobre los conceptos de comunicación comunitaria, comunicación para el desarrollo, comunicación educación.
- Realizar un plan de medios Distrital para la difusión de la información, como derecho a la comunicación, que incluya la participación de los medios comunitarios en su construcción y en miras al fortalecimiento.

Este documento fue presentado por los medios ciudadanos ante los procesos institucionales y locales, evidenciando las necesidades que estos presentaban, ya que Bosa era la primera localidad que agregaban sectores diferentes a los trece (13) estipulados, para ser representados en el CPL a nivel Bogotá.

Por tal motivo, para iniciar la propuesta comunicativa se relacionó el estudio de las encuestas y el trabajo realizado con el Consejo de Planeación Local, para consolidar los dicho y llegar al objetivo; es necesario fortalecer en primera instancia la red de comunicación de Bosa,

para que sea una cadena fuerte y grande de medios alternativos, para esto se llevan a cabo reuniones mensuales de la mesa, aunque actualmente no se encuentra todos los medios de la localidad.



Reunión de la mesa de comunicación con el Alcalde local Fredy Alexander Martínez y contratación con Max Media.

Evidenciando los resultados de los ejercicios anteriores se hizo una recopilación en la matriz FODA para contemplar los ítems necesarios para establecer la propuesta comunicativa a seguir con el medio elegido para el proyecto y poder potencializar la voz popular de Bosa a través de “La Voz de mi Barrio 7”

Teniendo en cuenta lo anterior, en la estrategia se establecieron cuatro momentos que se llevaron a cabo en la emisora, con ayuda del equipo humano y la búsqueda financiera del medio, para que estos ejercicios se logaran realizar de una manera satisfactoria.

PROPUESTA 1. PROGRAMA DE BARRIO EN BARRIO:

Este programa surgió por la necesidad de visibilizar de forma directa y presencial el medio ante la comunidad, buscando realizar en espacios abiertos para el público en general emisiones en vivo y en directo, transformando el imaginario que la radio comunitaria y alternativa solo puede ser transmitida en un estudio de grabación y mostrando así el trabajo de producción técnica, logística y periodística.



Programa “De Barrio en Barrio” desde Bosa Alameda del Parque.

En la pre producción del programa “De Barrio en Barrio”, se realizaba la visita a la respectivas juntas de acción comunal o administraciones de propiedad horizontal, en las cuales se buscaba el sitio idóneo para la transmisión, las respectivas condiciones técnicas, los líderes comunales a quienes se entrevistaría, los artistas del sector y los comerciantes de pequeños y medianos negocios quienes bajo una pauta publicitaria de sus establecimientos que se rotaba dentro del espacio radial con un tiempo de duración de cuatro (4) horas, con mención de los

comerciales cada media hora, convirtiéndose así en los patrocinadores y divulgadores del programa, teniendo como sustento un porcentaje para la emisora, la internet y un pago correspondiente a los periodistas .



Programa "De Barrio en Barrio" desde Bosa Santa Fé.

En el desarrollo para la realización de este programa se hacía presencia en el sector escogido dos horas antes del horario establecido para llevar a cabo un perifoneo por el barrio y sus alrededores informando el punto de ubicación, link de la emisora y hora de la transmisión; Posteriormente se hacía las pruebas técnicas correspondientes para la conexión entre la emisora y los equipos donde se iba a proyectar el programa, logrando el enlace con el master central para que dieran el paso y así, dar inicio al programa que se emite de 3 pm a 7 pm todos los viernes; la programación de este está dividido en cuatro segmentos:

- Entrevistas a líderes, lideresas y comunidad en general, destacando las acciones positivas del sector y su entorno.
- Visibilización de problemáticas y recopilación tangible de las mismas para hacerlas llegar a las respectivas instituciones.

- Dialogo con los artistas del sector o en su defecto con artistas invitados que se acercaban de otros barrios, quienes cuentan sus experiencias artística dentro y fuera de Bosa.
- Y por último, se abre un espacio para las muestras culturales.



FIGURA 3. Pérez Maitte, Curva de Audiencia 29 de Julio del 2016, programa “De Barrio en Barrio” Bosa Alameda del Parque.

Los resultados cuantitativos de los barrios visitados son: El Recreo, Santa Fé, El Anheló, El Porvenir, Bosanova, La Paz, Naranjos, Bosa Centro, Barrio la “L”, Olarte, Nuevo Chile, Alameda del Parque, Las Atalayas, La Despensa y en Kennedy; Obteniendo la aceptación, reconocimiento, sintonía y credibilidad de la comunidad hacia el medio, logrando ser puente entre las problemáticas de los diferentes sectores y la institucionalidad para darles las posibles y correspondientes respuestas, realizando la oportunidad de ser escuchados en la emisora y el reconocimiento de artistas que se encontraban en anonimato dentro de la localidad.

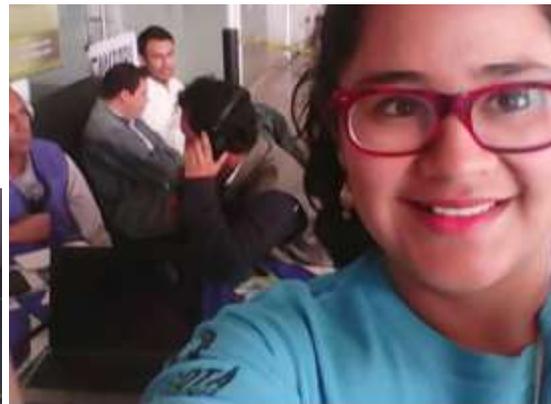
de transmisión, el libre ingreso de los integrantes e invitados de cada programa sin restricción de horarios y la respectiva seguridad y acompañamiento por parte de la administración para el buen desarrollo de la actividad planteada.

También se originó un documento en el cual se establecieron todos los parámetros para la realización de este ejercicio periodístico, que fue socializado con la alcaldía local y que a su vez fue llevado para su autenticación ante el notario público.



La transmisión inició el día 5 de Mayo del 2016 a las 3 PM hasta el 9 de Mayo del mismo hasta las 7 PM, teniendo una acogida de todos los grupos invitados, de la comunidad, comerciantes, alcaldía local y distrital, según la temática que tenían en cada uno de los programas dentro del

cronograma en los que se dividía la comunicación, entre estos se encontraba: En línea con mi localidad (8 horas), Zona Juvenil (8 horas), Noti 7 de la mañana (8 horas) , Wednigth rock (8 horas), Llegando al Barrio (8 horas), Piensa más (6 horas), En Sintonía con los libros (4 horas), De los Andes Soy (4 horas), Hablemos dé (10 horas), Aires del Vallenato (8 horas), De Barrio en Barrio (8 horas), De Género (8 horas), Amanecer Colombiano (5 horas), Salsa y Son (6 horas), y el cierre (1 hora); lo que sumaba esta división 100 horas.



Paola Nuñez Prensa

En la comunicaton de las 100 horas "La voz de los pueblos" en vivo...

Fotos subidas con el celular · 6 de mayo de

2016 · 17

Maratón 100 horas la Voz de Mi Barrio 7, Centro Comercial Trebolis, jornada nocturna y diurna.

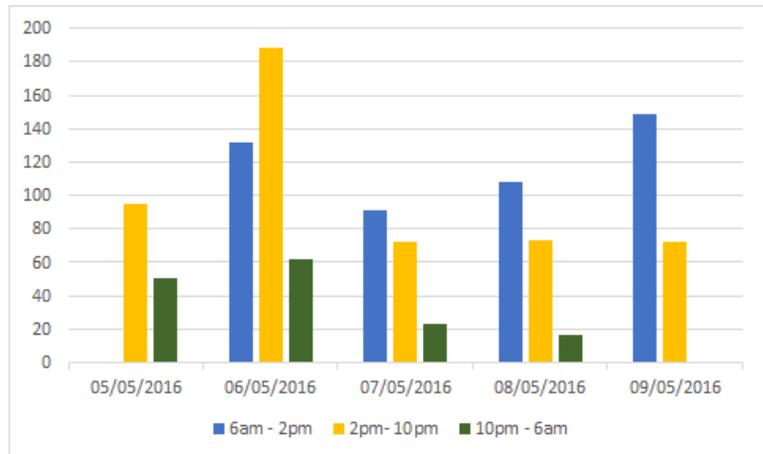
Por otro lado, las personas que asistían al centro comercial podían escuchar el programa por el sonido ambiente y así conocer el medio, los grupos de la localidad y los accionares de Bosa; Como resultado se logró 122 asistentes como invitados en total, incremento de audiencia y un reconocimiento a nivel distrital por ser el único medio en cumplir 100 horas en vivo y en directo; además en curvas de audiencia se tuvo el siguiente alcance:

REPORTE DE USUARIOS: COMUNICATON 100 HORAS FUENTE: GOOGLE ANALITYCS

1. Cantidad de usuarios en **lavozdemibarrío7.com** por franjas de 8 horas (datos mundiales).

Día/ Hora	05/05/2016	06/05/2016	07/05/2016	08/05/2016	09/05/2016
6am - 2pm	0	132	91	108	149
2pm- 10pm	95	188	72	73	72
10pm - 6am	51	62	23	17	0
Totales	146	382	186	198	221

Total de usuarios 1133



1

FIGURA 4. Google Analytics, Reporte de Usuarios de la “Comunicación 100 horas”.

Este reporte generado por Google, dió como resultado un total de usuarios dentro de la transmisión de 1133 que estuvieron escuchando fijos los programas; por otro lado, la empresa anteriormente nombrada otorgó a “La Voz de mi Barrio 7” un título como la primera emisora virtual ciudadana y otro certificado por el Centro Comercial Trebolis, donde se constató la realización de las 100 horas totales; después de estos logros obtenidos, la emisora comunitaria aumenta diariamente su audiencia a 1300 personas aproximadamente.



Certificaciones de constancia de la maratón 100 horas en vivo y en directo "Voces del Pueblo".

PROPUESTA 3. IMPLEMENTACIÓN AUDIOVISUAL

“La Voz de mi Barrio 7” es un medio netamente sonoro ciudadano virtual, que transmite todos los días las 24 horas, emitiéndose por www.lavozdemibarrío7.com, también usa las redes sociales y el voz a voz; pero nunca se había visto la posibilidad de implementar el video como medio alterno en el ejercicio de la comunicación.

Esta implementación inició su trabajo por el conocimiento que personalmente tenía en la parte audiovisual, puesto que ningún miembro de la emisora tenía la formación en la parte de pre producción, producción y post producción audiovisual.

El 16 de Febrero del 2016 Gladys Maitte Perez, directora de La Voz de mi Barrio, concretó una cita con Darío Montenegro, Gerente de Canal capital, dónde se logró establecer una alianza estratégica con los videos proporcionados desde La Voz de mi Barrio 7 con una duración de máximo 5 (cinco) minutos para el programa que salió al aire el día 02 de Abril del 2017, llamado “Comunidades” dirigido por Juan Camilo Blanco, que realza el trabajo de personas que han cambiado su comunidad a través de las buenas acciones y ejemplos de vida.



Programa “Comunidades” en Canal Capital, producto realizado por La Voz de Mi Barrio 7. Emisión 30 de Abril.

Para realizar los programas que son enviados con créditos de la emisora, se cuenta actualmente con: dirección, producción, un camarógrafo, y edición, el compromiso consiste en enviar mínimo un video semanal, con el fin de visibilizar la población, el medio y el trabajo comunitario de líderes y lideresas; El primer video que salió en vivo y en directo en Canal Capital fue el día 30 de Abril del 2017 y a partir de ahí se inició la programación con La Voz de mi Barrio 7 semanalmente, gestionado además con promos semanales enviados personalmente para ser difundidos por la emisora y las redes sociales, este programa es transmitido todos los domingos en diferentes horarios de programación.

PROPUESTA 4. VOCES TRANSFORMADORAS

El programa “Voces transformadoras” nace con el fin de mostrar los líderes y lideresas representativos de la localidad, mostrando su labor en Bosa, la transformación con sus accionares, peticiones a la institucionalidad y las metas que tienen como objetivo cumplir con sus sectores correspondientes.

Es un espacio radial que busca reivindicar el sentir y el quehacer de unos ciudadanos que a través de sus acciones construyen tejido social en el territorio y en su sector poblacional, que están en un anonimato para muchos habitantes de la localidad y que no obedecen a acciones mediáticas, sino que por el contrario, ejercen labores populistas para beneficio de la comunidad.

Para la gestión, fue necesario hablar con la alcaldía local, quienes nos facilitaron el préstamo de la concha acústica de la Plaza Fundacional localizada en Bosa Centro, la corriente, mesas y sillas, el cuál fue programado para el día 11 de Marzo del 2017; por otro lado se convocó personalmente a los líderes y lideresas de la localidad para que difundieran la invitación en cada uno de sus sectores y así obtener un nivel mayor y variado de audiencia, el evento también fue difundido por un flayer que se rotó por redes sociales y una campaña e invitación radial.



Instalación de equipos “Voces Transformadoras”, Parque de Bosa Centro.

Voces Transformadoras tuvo un horario de 8 de la mañana a 8 de la noche, con un total de duración de 12 horas, dónde fueron programados los siguientes grupos: Indígenas, Afros, Persona Mayor, Juventud, Asojuntas, Grupo Animalista, “Dis”Capacidad, Sector de Mujeres, Comunidad LGBTI y Cultura; cabe resaltar que participaron otros sectores no convocados como lo fueron: Deportes, Ediles, Comunicación y ONG de Kennedy que escucharon la transmisión y se acercaron con el fin de visibilizar sus acciones.

Este programa se emitió por el Streaming de la emisora La Voz de mi Barrio 7, la señal de internet se obtuvo mediante un Mi-Fi inalámbrico que optimizó e hizo posible la calidad de emisión; para el pago de la transmisión fue necesario realizar la rifa de unos electrodomésticos que fueron sorteados con las personas que participaron de la programación;



Grupos Invitados de "Voces Transformadoras" – Bosa Centro.

Como resultado de este ejercicio se elaboró un insumo que fue entregado a la alcaldía Local para contribuir al acercamiento entre la comunidad y la administración, que a su vez quedó como producto histórico de la localidad y que fue ubicado en la biblioteca de Bosa para uso de la comunidad; por otro lado este producto fue entregado al concurso de periodismo Álvaro Gómez Hurtado y la realización de una crónica para Uniminuto sede Principal, elaborada por una estudiante que se acercó de manera inesperada a la actividad, llevada por su interés e impacto en el mismo .



Entrevista para Uniminuto sede Principal de Voces Transformadoras.



FIGURA 4. Pérez Maitte, Curva de Audiencia 11 de Marzo de 2017; Programa “Voces Transformadoras”.

Las personas que sintonizaron la emisora de manera permanente fue un total de 1248. 10 miembros del Staff de la Voz de mi Barrio 7 que contribuyeron con su ayuda; 32 líderes que representaron su sector de la siguiente manera: 3 indígenas (Muisca, Kichwa e Ingas), 1 de Afro, 4 de Persona Mayor, 4 de Ediles, 3 de Juventud, 1 de Asojuntas, 2 de protección Animal, 3 de Deportes, 1 ONG de Kennedy, 1 de Comunicaciones, 2 de “Dis”Capacidad, 2 de Mujer, 4 de

Comunidad LGBTI y 1 de Cultura; Por otro se tuvo como público constante 103 personas a parte de los que oyeron la transmisión dentro del parque en sonido ambiente.

Actualmente se sigue implementando el nombre de “Voces Transformadoras” en otros espacios de la parrilla de programación que son emitidos los viernes en la tarde o en otros momentos repentinos de entrevistas.

Por otro lado, en consecuencia al anterior proyecto realizado en la plaza Fundacional, se lleva a cabo un ejercicio periodístico realizado en las en zona veredal transitoria de normalización ubicada en el municipio de Icononzo, vereda la fila. Que se realizó el día 15 y 16 de mayo del 2017, donde a través de cuatro especiales radiales se contó: La historia de las FARC, qué son las zonas veredales, historias humanas de las FARC y la comunicación en el pre y post conflicto.





Voces Transformadoras, Zona Veredal Transitoria de las FARC, Icononzo.

CONCLUSIONES

“La Voz de mi Barrio 7” logró posicionarse como un medio de crítica y canalizador de voces populares en diversos grupos de la comunidad, donde los barrios, líderes, lideresas, juntas de acción comunal, comerciantes y público en general conocieron un nuevo canal de opinión y pertenencia por su territorio; evidenciándose en la sintonía diaria de la emisora y el alcance de invitaciones diarias a diversos eventos realizados en la localidad y a nivel distrital; Por otro lado, la emisora articuló otras formas mediáticas de la comunicación, tal como el audiovisual, diversificando la manera de ofrecer una comunicación bilateral con la comunidad.

Entre los reconocimientos adquiridos durante este tiempo de trabajo han sido: Una constancia de como primera emisora Certificada con la empresa Google a nivel Colombia en Junio del 2016; premiado con un galardón a la directora de la emisora, por tener en su parrilla el plus de comunicación incluyente por el trabajo de una mujer que a pesar en condición física, logra que la emisora sea vista en todos los lugares de Bogotá en Diciembre del 2016 ; Además la emisora “La Voz de mi Barrio 7” tuvo un reconocimiento en el mes de Abril del 2017 por la Secretaria de la Mujer a nivel Distrital por la implementación del lenguaje incluyente y contenido hacia los derechos de la mujer. Ver video:



Youtube, Tesis La Voz de mi Barrio 7



Reconocimientos a Nivel Distrital para “La Voz de mi Barrio 7”

Como recomendación a futuros proyectos de comunicación comunitaria, es necesario que los medios, salgan de sus espacios de trabajo, para socializar con la comunidad, sumergirse en ella y vivir las necesidades la misma localidad, haciendo un trabajo arduo de campo y viendo las posibilidades de ampliar la sintonía, el reconocimiento y la credibilidad en el sector escogido, para que la comunicación comunitaria vuelva a ser visible como un papel fundamental en la construcción de conocimiento, de pertenencia, de enseñanza y de territorio.

REFERENCIAS

Algarra, P. A. (13 de 01 de 2010). *Javeriana.edu*. Obtenido de Javeriana.edu:
<http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/politica/tesis313.pdf>

Barbero, J. M. (2012). De la Comunicación a la Cultura. *Perder el Objeto para ganar el Proceso*, 77 - 84.

Boltvinik, J. (2012). *POBREZA, DESARROLLO Y POLÍTICA SOCIAL EN MÉXICO*.
Málaga, España: eumed.

Calvo., N. (11 de 07 de 2008). *Universidad de Palermo, La cocina del periodismo*.
Obtenido de Teoría en los medios de comunicación: Mass communication research y
pensamiento funcionalista:
<https://lacocinadelperiodismo.wordpress.com/2008/07/14/teoria-en-los-medios-de-comunicacion-11072008/>

Canclini, N. G. (1987). NI FOLKLÓRICO NI MASIVO ¿QUÉ ES LO POPULAR?
Infoamerica, 8.

COMUNICACIÓN COMUNITARIA, C. P. (17 de 07 de 2011). *Comunicación Participativa para el Desarrollo*. Obtenido de Comunicación Participativa para el Desarrollo:
<https://tucomunidadinfo.wordpress.com/2011/07/17/primeros-medios-comunitarios-en-america-latina/#comments>

Condo, R. A. (25 de 05 de 2011). *Medios de comunicación y Ciudadanía*.
Obtenido de Medios de comunicación y Ciudadanía:
<file:///C:/Users/Paito/Downloads/Dialnet-MediosDeComunicacionYCiudadania-3759647.pdf>

Consuelo Cervantes y Valentina Velázquez-Zvierkova. (2010). MANIFESTACIONES DE LA CULTURA POPULAR EN AMÉRICA LATINA: IDENTIDAD Y TRANSFORMACIÓN CULTURAL. *Humanites Institute - Brújula Vol. 8 , 8.*

Cultural, B. d. (2015). *Mecanismos de participación ciudadana*. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/politica/mecanismos_participacion_ciudadana

Definición ABC. (s.f.). Obtenido de *Definición ABC:* <http://www.definicionabc.com/politica/participacion.php>

Definición.De. (s.f.). Obtenido de *Definición.De:* <http://definicion.de/ciudadano/>

Definición.De. (s.f.). *Definición de Participación.* Obtenido de <http://definicion.de/participacion/>

docentes, G. d. (2001). El Uso de los medios para la paarticipacion Ciudadana. *Tercer ciclo de EGB , 5.*

Gutierrez, A. B. (2012). *Practicas Sociales, Una introdducción a Burdieu.* Argentina: Eduvim.

Hernández, A. (2010). *La participación ciudadana en Bogotá, 1990-2010.* Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.

Jesús Martín Barbero. (Junio de 1980). *Retos de la investigación de comunicación.* Obtenido de Cali.

Lagos, J. L. (2010). La Comunicación como Instrumento Fortalecedor de la participación ciudadana: Hacia una democracia inclusiva. En J. L. Lagos, *Teoría política y gestión pública* (págs. 67 - 72). Santiago de Chile: Universidad Miguel de Cervantes.

LAURA JARAMILLO CAMPUZANO, L. L. (2014). *LOS JÓVENES DE TOCANCIPÁ CONSTRUYEN CIUDADANÍA A TRAVÉS DE*. Chía: Universidad De la Sabana.

Madison, J. (14 de Abril de 2011). *El Comunal*. Obtenido de MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA: <http://www.elcomunal.cl/2011/04/14/medios-de-comunicacion-y-participacion-ciudadana/>

masas";, “. d. (1997). *“Teoría de comunicación de masas”*: . Obtenido de historia de las teorías de la comunicación Armand mattelart, michele matterlart: <http://sociologos.com/2014/08/18/teorias-de-la-comunicacion-de-masas/>

Merino Ultreras, J. (1988). *Comunicación popular, alternativa y participatoria*.

Miralles, J. A. (2009). Sobre el concepto de ciudadanía: historia y modelos. *Revista de Filosofía Factum* , 8 - 19.

Pereira, P. (01 de 12 de 2011). *El PortaVoz*. Obtenido de Función de los medios alternativos y comunitarios: <http://portavoz.globered.com/categoria.asp?idcat=23>

Rodriguez, C. (2009). De Medios Alternativos a Medios Comunitarios. *Trayectoria Teórica de un Medio* , 20 - 21.

Rodriguez, J. C. (21 de Julio de 2015). *Arquitectura y Ciudades*. Obtenido de Origen y evolución de algunas formas de participación ciudadana.:

<https://arquitecturayciudades.wordpress.com/2015/07/21/origen-y-evolucion-de-algunas-formas-de-participacion-ciudadana/>

Rodriguez, R. P. (28 de Abril de 2011). *Diario de clase de Filosofía*. Obtenido de El origen del concepto de ciudadanía:
<http://diariodeclasedefilosofia.blogspot.com.co/2011/04/el-origen-del-concepto-de-ciudadania.html>

Significados. (s.f.). Obtenido de <http://www.significados.com/ciudadania/>

Sinónimos. (s.f.). Obtenido de Sinónimos:
<http://www.significados.com/comunidad/>

Sterling, L. M. (2009). *www.Javeriana.edu*. Obtenido de www.Javeriana.edu:
<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis292.pdf>

Yeudiel, D. (19 de Marzo| de 2009). *Medios Alternativos de Comunicación*. Obtenido de Medios Alternativos de Comunicación:
<http://dyeuds.blogspot.com.co/2009/03/medios-alternativos-de-comunicacion.html?m=1>