

**CONCERTACION DE UN PROYECTO COMUNICATIVO PARA SISTEMAS DE
TELEVISION LOCAL EN EL MUNICIPIO DE ALGECIRAS HUILA
“Una Televisión Para Todos”**

YILBER LEANDRO SAAVEDRA

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
NEIVA
2010**

**CONCERTACION DE UN PROYECTO COMUNICATIVO PARA SISTEMAS DE
TELEVISION LOCAL EN EL MUNICIPIO DE ALGECIRAS HUILA
“Una Televisión Para Todos”**

YILBER LEANDRO SAAVEDRA

**Trabajo de grado realizado para obtener el título de
Comunicador Social y Periodista**

**Asesora
Johanna Murcia Hernández
Comunicadora Social y Periodista
Especialista en Alta Gerencia**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
NEIVA
2010**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Neiva, Agosto de 2010

DEDICATORIA

A mi madre Vianey Saavedra, a mis tíos demás familiares y amigos quienes me han respaldado en todo momento y han sido motivadores en el proceso de formarme como comunicador y de crear un medio de comunicación comunitario para mi municipio.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Surcolombiana, a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, a todos los docentes del programa de Comunicación Social y Periodismo, a Humberto Linares Espitia, Geovanny Canacue, Jairo Alberto García, Cesar Augusto Vargas y a los líderes, presidentes de Juntas de acción Comunal, funcionarios, comerciantes y a todos quienes han aportado a la realización del canal local de Algeciras, como medio de intervención social.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO	14
1.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN	16
1.3 DIAGNÓSTICO	21
1.3.1 La Televisión Comunitaria en Algeciras	25
1.3.2 Comunicación de la Comunidad en General	26
1.3.3 Comunicación entre Instituciones y Comunidad	28
1.3.4 Comunicación de las Organizaciones	29
1.4 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	30
1.4.1 Pregunta de Investigación	32
1.5 OBJETIVOS	32
1.5.1 General	32
1.5.2 Específicos	32
2. MARCO REFERENCIAL	33
2.1 MARCO TEÓRICO	33
2.2 MARCO CONCEPTUAL	40
3. METODOLOGÍA	45

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	49
4.1 PROBLEMAS COMUNICATIVOS RELEVANTES EN LOS ALGECIREÑOS	51
4.2 PROYECTO COMUNICATIVO DEL CANAL	54
5. CONCLUSIONES GENERALES	60
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXOS	64

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Porcentaje de uso de medios de comunicación en Algeciras	50
Figura 2. Porcentaje de preferencias televisivas para la programación del Canal Local de Televisión.	50

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Diario de campo	62
Anexo B. Tabla de Modalidades y asignación de la Televisión en Colombia.	63
Anexo C. Mapa General del municipio de Algeciras.	64
Anexo D. Mapa Zona Urbana; Cobertura de la Señal del Canal Comunitario.	65
Anexo E. Matriz de Actores Municipio de Algeciras.	66
Anexo F. Formato matriz de actores y de contextos del Municipio de Algeciras.	67
Anexo G. Formato de encuesta aplicada	68
Anexo H. Encuesta N° 2.	69
Anexo I. Fragmento de la entrevista a Álvaro Espitia	71
Anexo J. Matriz de conceptos	72

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo de grado el lector encontrará el proceso de concertación en torno a la creación del Proyecto comunicativo para el Canal de Televisión comunitaria del Municipio de Algeciras.

El tema reviste gran importancia porque convocó a la comunidad a opinar pero sobre todo a participar y comprometerse con el diseño de la ruta que debe seguir el medio de comunicación y a hacer parte activa en la consolidación de la propuesta. Tal situación hizo necesario abordar el tema desde la perspectiva de la comunidad, estableciendo sus formas y problemas comunicativos, conociendo sus gustos y necesidades, priorizando temáticas y respetando las diferencias.

Durante la investigación se abordaron las relaciones y los medios utilizados en la comunicación entre la comunidad, la administración municipal, las instituciones educativas, y las organizaciones, generando participación y estableciendo compromisos en torno al proyecto, lo que produjo mayor cercanía e interés. Así mismo, los resultados de ésta investigación fueron de utilidad para que los demás medios locales, las organizaciones y líderes conocieran las preferencias y necesidades de la región involucrándose verdaderamente en los procesos sociales.

De igual forma, se aplicó una metodología que parte de los postulados de la Investigación Acción Participativa y la etnografía. Se involucraron técnicas como la entrevista, la observación in situ, el taller, la encuesta, el análisis documental, pero sobre todo la convivencia y experiencia propia del investigador con los actores y la previa situación analizada y estudiada; a partir de la implementación de iniciativas comunicativas, actuando como periodista de la emisora local por mas de 7 años y como funcionario de la administración en los cargos de Jefe de Prensa y Tesorero Municipal. La cercanía a la comunidad permitió al investigador obtener datos, fuentes, ser reconocido por los distintos grupos armados y sobre todo la confianza de que los resultados que arrojó el proceso se aplicaran teniendo en cuenta que en la actualidad, el investigador, es el fundador y director del Canal de televisión de Algeciras y creador de la única productora audiovisual local. Es evidente que los investigadores tienen temores y prevenciones de desarrollar procesos en comunidades calificadas como violentas, por tanto no hay mayor cercanía o interés de los estudiantes por descubrir qué acontecimientos se desprenden de comunidades como ésta.

La pregunta de la que parte esta investigación es ¿Qué problemas y necesidades comunicativas relevantes presenta la dinámica social de Algeciras Huila, susceptibles de intervención a partir de un proyecto comunicativo desde el Canal de televisión local?

El cuerpo del informe está organizado en cinco capítulos. En el Primero se expone el Planteamiento del Problema y los objetivos de la investigación. Para ello, se plantea la caracterización del municipio, de los actores y la situación problemática. Así mismo, en éste capítulo se establece el diagnóstico social del municipio de Algeciras y las prácticas comunicativas relevantes, para concluir con el problema, la pregunta a abordar y los objetivos expuestos. Se plantea que para cumplir el propósito del estudio es necesario conocer los conceptos que los actores tienen sobre proyecto comunicativo, participación y concertación; así mismo establecer y analizar las prácticas comunicativas existentes en la localidad.

En el capítulo dos, el lector encuentra a manera de ensayo, el desarrollo que ha tenido la comunicación, la televisión comunitaria en Colombia y la región su aporte a los procesos participativos y las dificultades y limitantes que tiene. Así mismo, un abordaje desde el contexto y la participación. A la vez, éste capítulo plantea los conceptos operativos sobre Proyecto Comunicativo participación y concertación, misión, visión valores y metas; elementos teóricos para discernir sobre el enfoque de la investigación y los actores.

Durante el tercer capítulo se esquematiza y se enuncia la aplicación de la metodología utilizada durante la investigación. El capítulo cuarto es el informe final, donde se consignan los problemas y las necesidades comunicativas relevantes que son susceptibles de ser intervenidas a través del canal local, y el documento final del Proyecto Comunicativo concertado por la comunidad. Este análisis concluye en un capítulo cinco donde se plantean las conclusiones y recomendaciones que se sugieren para mejorar el servicio del canal y la necesidad de incluir a la comunicación como eje articulador de sus procesos locales.

El tema de investigación de éste trabajo de grado fue determinado por la preocupación personal como habitante del municipio de aportar el conocimiento brindado desde la academia y afianzado por el proyecto de práctica profesional, que puso en evidencia problemas comunicativos y de identidad en la comunidad de Algeciras. A continuación una breve reseña de este ejercicio:

“Algeciras desde Adentro”

Una de las principales dificultades que ha tenido el municipio de Algeciras en los últimos 15 años es la estigmatización de sus habitantes como violentos. La ausencia de compromiso, el desinterés e incluso la aceptación del calificativo por parte de algunos habitantes han generado que el problema se mantenga y cada día tome más ventaja.

Durante los últimos meses se ha podido poner en circulación la percepción de que el estigma es un problema de todos y que debe existir un compromiso general para poder cambiar esa posición, sin embargo la comunidad adjudica la responsabilidad directamente a la dirigencia política, los actores armados o a las

instituciones.

A pesar del problema y las consecuencias que genera, durante el desarrollo de la investigación se dieron a la par acontecimientos que generaron una nueva perspectiva de los habitantes. Acompañada a la iniciativa de visibilizar los sectores desconocidos e involucrar directamente a las comunidades en el mejoramiento de la imagen del municipio, se dieron diferentes hechos sin precedentes en la historia reciente de la localidad. A nivel de orden público la presencia militar se intensificó lo que generó en la comunidad mayor confianza. Al mismo tiempo la importante inversión en obras de infraestructura destinada para éste municipio por el Gobierno Departamental durante el año 2007 y que alcanzó los seis mil millones de pesos, permitió dar inicio a la implementación del servicio de agua potable, la adecuación de un escenario para el desarrollo de actividades culturales, la puesta en funcionamiento de la planta de sacrificio y la pavimentación de la vía de acceso.

Ese nuevo ambiente en la comunidad se tradujo en optimismo, mayor inversión comercial, generación de nuevos fuentes de trabajo y el incremento de nuevos visitantes. El diálogo fue perdiendo prevención y se ganaron espacios de comunicación y cordialidad entre las comunidades.

Esta nueva dinámica, aunque temporal, permitió que la gente volviera a creer en los procesos, que no se sintieran únicamente analizados para un artículo periodístico o trabajo académico y que se motivaran a participar en la propuesta que desde el Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana se les presentaba. El propósito era el de visibilizar sus veredas a través de la emisora local incluyendo la participación de la misma comunidad y realizando la transmisión en vivo desde cada sector, por apartado que fuera, para de ésta manera, conocer las potencialidades pero también sus necesidades. A la iniciativa se vinculó la Administración Municipal, respondiendo inmediatamente a través de la línea telefónica las inquietudes planteadas. Para algunos campesinos y presidentes de juntas resultaba increíble que mientras desde su vereda presentaba las dificultades, de manera inmediata por la radio también se escuchara la respuesta del alcalde o funcionario encargado, esto dinamizó la participación de las comunidades, las acercó ante las instituciones y generó apoyos y compromisos con poblaciones vulnerables.

Esta presentación de las veredas del municipio en compañía de sus representantes, comunidad y grupos representativos (culturales, artísticos y productivos) visibilizó y abrió micrófonos a comunidades que no tenían voz en el escenario local.

En materia personal la intervención resultó gratificante. Rápidamente la gente asoció al grupo de la emisora como facilitador de procesos y generador de soluciones lo que significó que muchas más comunidades se interesaran y

solicitaran la presencia del medio de comunicación en su sector. También constituyó un voto de confianza que propició que los habitantes, en la actualidad valoren los logros alcanzados y crean en las nuevas iniciativas que desde nuestra perspectiva les presentamos.

Cada uno de los sectores convocados tuvo la posibilidad de participar y proyectar sus percepciones y las potencialidades de su sector. Las visitas a la zona rural se hacían cada jueves en la tarde, seguidamente se desarrollaba una reunión con los habitantes donde se describían los principales aspectos del sector y se exponían las distintas necesidades, todo se transmitía directamente a través de la emisora conjugándolo con música campesina y la participación de niños o agrupaciones musicales del sector. El espacio se emitía de 5 de la tarde a 7 de la noche.

Luego de terminado el programa se realizaban tertulias nocturnas con las cuales terminaba la jornada de los jueves, el personal de la emisora pasaba la noche en la vereda disfrutando de la hospitalidad que caracteriza a los campesinos, pero también buscando reflejar confianza para la zona. Al día siguiente, se realizaban nuevamente las instalaciones técnicas y a las seis de la mañana comenzaba el noticiero local con la participación de los líderes comunales y personas más destacadas del sector. Finalmente se recogían conclusiones de la visita y se cerraba la actividad con un partido de fútbol entre representantes de la vereda y las personas de la emisora.

“Lo que hemos hecho nos ha ayudado a abrir los ojos y darnos cuenta de lo que tenemos. Todos debemos comprometernos ha decir que Algeciras es bueno, no por decirlo, sino porque ahora que nos ha tocado contar donde vivimos, nos convencimos que éste pueblo tiene cosas muy bonitas que no están en otras partes”¹ María Elena Rodríguez Presidente Junta Vereda Bella Vista.

En total se desarrollaron 14 programas radiales, una producción de video de 40 minutos además de escritos desarrollados por los presidentes de juntas describiendo su sector. La propuesta que pareció tomar forma e institucionalizarse como espacio de encuentro de las comunidades terminó cuando la emisora tuvo que cerrar por no haber logrado obtener la licencia del ministerio de comunicaciones. Desde entonces, no se han generado nuevos espacios comunitarios en los medios para que la comunidad se reconozca y el municipio sea reconocido como un lugar importante de grandes potencialidades y sobre todo de gente pacífica, con el interés de hablar bien de su pueblo.

¹ ENTREVISTA con María Elena Rodríguez, Presidente de la Junta de Acción Comunal de la Vereda Bella Vista. Algeciras, agosto de 2007

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO

Para llegar al municipio de Algeciras se deben recorrer 52 Kilómetros desde Neiva vía al oriente del Departamento del Huila. Transitar por el municipio de Campoalegre, y siguiendo la vía al sur recorrer 18 Kilómetros, luego desviarse en el conocido cruce de Hobo; donde se recorren 25 minutos para encontrarse con éste municipio que limita al norte con los municipios de Rivera y Campoalegre, al sur con Gigante. Al Occidente con Hobo, Gigante y Campoalegre y al oriente con el departamento del Caquetá.

Algeciras es conocido como la “Despensa Agrícola del Huila”, a comienzos del año 1820 los hermanos Gabriel y Miguel Perdomo Buendía, en compañía de varios trabajadores llegaron en busca de fortuna, ante el hallazgo de una gran plantación de caucho y quina toman posesión en la margen derecha del río Neiva y abren el primer claro en la montaña². Este posible primer asentamiento es denominado “El paso”. Luego de un terremoto que se presentó en el año de 1827, la región fue arrasada por el desbordamiento del río Blanco, el Quebradón y las Damas, trayendo como consecuencia devastación y la pérdida de pertenencias de quienes habitaban las partes aledañas a estos ríos.

El nuevo corregimiento ante su constante desarrollo y laboriosidad de sus gentes, es erigido como municipio por la Honorable Asamblea del Huila, por medio de la Ordenanza No. 41 del 8 de abril de 1.924, dándole el nombre de San Juanito, denominación que llevó hasta el 16 de junio de 1.937, fecha en la que se le cambió el nombre por el de Algeciras, según Ordenanza Departamental No. 036, en honor al puerto Español de Algeciras en la Provincia de Cádiz en donde se había realizado la famosa conferencia que puso fin a un problema en la República de Marruecos.

Algeciras, a diferencia de otros municipios no ha sido influenciado por cuenta de transito de paso a otras poblaciones, por el contrario, su ubicación límite del Departamento hace que se encuentre aislado, y que quien toma ésta ruta se conduzca exclusivamente a Algeciras. Solo algunas vías destapadas y poco usadas conducen al departamento del Caquetá y han sido aprovechadas mas para el tránsito de los grupos armados que por la comunidad.

En la actualidad Algeciras cuenta con una población de 23.427 habitantes³,

² VARGAS MOTTA, Gilberto, Monografía sobre el municipio de Algeciras, Despensa Agrícola del Huila.p.15. Neiva.1985.

³ Fuente Sisben Alcaldía de Algeciras, 18 de Febrero de 2010
Departamento Nacional de Estadística DANE.

representando un 2,3163 % de la población total del Departamento del Huila, de éste número el 50,9% son hombres y el 49,1% mujeres.

La violencia y la búsqueda de oportunidades de trabajo fueron las principales causas por la que habitantes de los departamentos de Cundinamarca, Valle, Tolima, Cauca, Caquetá, Putumayo y algunos municipios del Huila llegaron a Algeciras.

Su característica de lugar fronterizo y aislado, generó en éste municipio una cultural particular en términos de orden público, las incursiones armadas no eran fácilmente repelidas por la fuerza pública pues los apoyos tardaban mucho, de igual forma su topografía y el hecho de encontrarse en el corredor estratégico de la cordillera oriental permite el desplazamiento de la insurgencia, que transita fácilmente abarcando a otros municipios como Hobo, Rivera, Gigante y Colombia. Su condición lo ha convertido en territorio censurado por los medios de comunicación que estigmatizan constantemente a los habitantes de este fértil territorio.

El gentilicio es Algecireño, se tiene como patrona a la Virgen de Lourdes que fue elegida luego de un concurso realizado entre los fieles. El tema de la violencia ha tocado sensiblemente los procesos sociales del municipio, ha menguado la participación y ha hecho que las propuestas de desarrollo no se expongan o se comuniquen, es común escuchar que en el pasado hubo procesos que convocaron a la comunidad como la Marcha del Ladrillo donde cada habitante llevo materiales para la construcción de la Parroquia⁴, estos procesos de unidad ya no se ven y la comunidad actúa dispersa sin propósitos comunes.

Los pobladores coinciden en que el hecho que marco como violento a Algeciras, por la crudeza del acto, fue el asesinato de 9 niños auxiliares de la policía a manos de la guerrilla, en el año 1990 en la vía que conduce a la Ciudad de Neiva, Sin embargo en los años posteriores se presentaron combates en zona rural pero sin mayor incidencia en la comunidad, hasta que en junio del año 2000 la guerrilla intento tomarse la estación de policía en un enfrentamiento que contuvieron los policías por mas de 12 horas, a la mañana siguiente la zona centro del pueblo estaba totalmente en ruinas y 47 casas fueron destruidas en su totalidad.

Esta situación sumada a los hostigamientos, hurtos de vehículos, secuestros y extorción generadas por La Zona de Distención provocaron que gran parte de la

ENCUESTA aplicada de forma aleatoria a 100 personas del casco urbano los días 12, 13 y 14 de feb. /2010. Indagó aspectos de costumbres culturales, oficios y uso del tiempo libre de los habitantes del municipio de Algeciras, de acuerdo con categorías de sexo y edad. Realizada por Yilber Leandro Saavedra. Ver anexo C.

⁴ VARGAS, Gilberto. Monografía Sobre el Municipio...Op.p.17

comunidad pusiera en venta sus casas y se marcharan a otras ciudades. El conflicto también impide la interacción entre comunidad y ejército o policía, la gente no les ofrece ni siquiera un saludo por temer represalias o ser asociado como auxiliador. A nivel general existe la cultura del silencio, no se colabora con las autoridades así se tenga información; dos zorreros que le trasportaban el mercado a los soldados acantonados en el municipio, fueron asesinados ahora ya nadie quiere hacerles un favor, llevar alguna encomienda o prestarles algún servicio así este sea remunerado.

1.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

En Algeciras existen 13 iglesias cristianas, sin embargo la mayoría de los habitantes son devotos de la Virgen de Lourdes, patrona de la parroquia católica, sus fieles desarrollan actividades con jóvenes y encuentros que incluyen la participación de niños.

Las festividades del Sanpedro a mitad de año, la feria equina en el mes de octubre y la programación cultural en navidad son las actividades populares mas destacadas del poblado; estos son espacios donde la comunidad se congrega y disfruta alegremente, de igual forma se realizan fiestas populares con agrupaciones musicales, desarrolladas en la villa olímpica, escenario con capacidad para más de 3 mil personas.

Los espacios de encuentro en los que se relaciona la comunidad Algecireña son los paseos de olla al Río Neiva y Quebrada La Perdiz, la plaza de mercado, las cafeterías, las iglesias, restaurantes, las fiestas populares, cívicas y religiosas (San Pedro, Feria Equina, Cumpleaños del Municipio, Semana Cultural); donde predomina la cultura oral y la comunicación interpersonal por su arraigo campesino. De igual forma se realizan caminatas esporádicas, entre amigos, por la vía que conduce a Neiva tomando como referencia el sitio denominado “El Divino Niño”, lugar donde ocurrió la masacre en 1990 de nueve niños patrulleros tras el ataque de la guerrilla al vehículo que los movilizaba.

Poco a poco se ha venido recuperando el parque principal como escenario de dialogo entre amigos o de estancia familiar, perdido luego de los repentinos ataques subversivos a la estación de policía ubicada en el centro del municipio y que dejaban a la comunidad en medio del fuego cruzado.

Por ser un municipio de gran producción agrícola, desde los jueves hasta el domingo los habitantes del sector rural llegan al poblado a expender sus productos. Los hombres realizan trámites en la Alcaldía y venden sus cosechas en las cooperativas de café, a intermediarios o directamente se ubican a ofrecerlos al consumidor en un espacio asignado exclusivamente para ellos, al interior de la plaza de mercado; mientras que sus mujeres frecuentan a los familiares,

compadres o amigos y realizan diligencias de solicitud de documentos, en el hospital y compras en general.

Así mismo, en los alrededores del parque principal, plaza de mercado, y cafeterías o cantinas se establecen relaciones comerciales y de camaradería entre amigos y conocidos, en estos sitios es común encontrar a conductores, mecánicos, deportistas, amas de casa y desempleados, de igual manera éstos lugares son los utilizados para conseguir el personal que trabajará durante la semana como jornaleros. El municipio es ampliamente apetecido por vendedores ambulantes que llegan los domingos, generalmente desde la ciudad de Neiva, a ofrecer Cds, correas, moños, manillas etc. Sin embargo generan inconvenientes de movilidad para el tránsito de vehículos y transeúntes que deben esquivar los tendales, la situación es compleja en la medida en que el municipio cuenta con solo dos vías principales y una de ellas permanece obstruida por las vallas de la policía que prohíbe el tránsito en los alrededores de la alcaldía Municipal. La única calle habilitada debe entonces soportar los vehículos en doble vía, transeúntes, vendedores etc.

También, es común encontrar durante los fines de semana a jóvenes del sector urbano trabajando en locales comerciales como almacenes, tiendas, supermercados, restaurantes y cafeterías. Por el contrario quienes durante la semana se dedican a las labores del campo aprovechan para capacitarse en los colegios sabatinos, Juan XXIII, el Ateneo o el Instituto IDEHA; instituciones que ofrecen educación semi-presencial; opción que resulta económicamente atractiva para los jóvenes del municipio, distanciados por diferentes ocupaciones de las instituciones públicas presenciales: El Paraíso, Los negros, El Quebradón, Juan XXIII, La perdiz y La Arcadia.

Los espacios de tiempo libre son aprovechados por los jóvenes del sector urbano para realizar paseos o pernotar en las bancas del parque central, en billares, salas de video juegos, bares y discotecas del municipio o esperar el fin de semana para salir a bailar, las discotecas y cantinas presentan géneros como reggaetón, vallenato, y en mayor medida los corridos y rancheras. Aunque las autoridades emiten decretos y tratan de ejercer control de menores de edad en el ingreso a bares y discotecas, los administradores o propietarios se ingenian la manera de permitir su acceso. Por otra parte, Otra de las practicas acostumbradas por los jóvenes es la de utilizar la vía de acceso al municipio para realizar, en las noches, peligrosas carreras en motocicleta y apostar dinero entre ellos, estas prácticas ya han arrojado como saldo un joven muerto, otro en estado de coma y varios heridos, la policía no cuenta con la capacidad de responder a los llamados de la comunidad pues tan solo hay 25 uniformados para atender a toda la población, si en ocasiones acuden a realizar rondas se pone en riesgo la estación de Policía.

Estas actividades y comportamientos son ocasionados básicamente por la falta de espacios y programas permanentes para el sano esparcimiento, no existe en la

localidad, propuestas de formación artística y de oficios, o espacios de recreación de los jóvenes y niños. No existen lugares u otras alternativas de esparcimiento tampoco cursos o centros de capacitación profesional.

Por su parte las personas adultas acostumbran a narrar historias de los orígenes del municipio permitiendo una tradición oral que ha perdurado gracias también al esfuerzo de algunos docentes. La indigencia en Algeciras prácticamente no existe y los abuelos que son abandonados son reubicados en el centro gerontológico que con el apoyo de la administración, atiende a 30 personas.

Uso de los medios de comunicación.

En Algeciras los medios de comunicación han alcanzado un buen nivel técnico, si bien cierto no se ha logrado que los medios locales sean dinamizadores de los procesos sociales, si cuentan por lo menos con una buena presentación estética, diseño, diagramaciones, sonido e imágenes. Durante aproximadamente ocho años estuvo al aire una emisora llamada Favorita Estéreo que logro vincular a la comunidad a los diferentes espacios, generar un puente de comunicación entre sectores rurales desconocidos y la administración municipal y concretar ayudas para comunidades vulnerables⁵, sin embargo el ministerio de Comunicaciones adjudico la licencia a otro proponente lo cual sepulto los propósitos de éste medio que funcionaba de manera ilegal. De ésta manera nace la Emisora Nueva Era Estéreo que desde su inicio ha realizado una labor más comercial que comunitaria creando espacios netamente de entretenimiento sin que haya mayor énfasis en los procesos o acontecimientos locales tanto sus directivas como los jóvenes que colaboran allí lo hacen con el propósitos de ser presentadores de música, relatores de algunos hechos locales o dijeys.

La comunidad algecireña no es ajena a las nuevas tecnologías, es común ver en los hogares reproductores de música, Dvd, juegos electrónicos y algunos cuentan con televisión satelital. Existen también cinco locales comerciales que ofrecen el servicio de internet, de igual forma los Ministerios de Comunicación y de Educación aportaron internet a todos los colegios a través de Compartel.

En la zona rural el tema de los medios de comunicación es distinto, Un atentado en el año 2000 que derribo la torre repetidora ubicada en el cerro la Ensillada, ocasionó que por más de cinco años los pobladores rurales (sin acceso a televisión por cable) tuvieran que utilizar sus televisores solo como repisa porque no recepcionaban ninguna señal irradiada. En el año 2007 finalmente y después de insistir mucho ante la Comisión Nacional de Televisión, se ubico otra torre, ésta vez en la zona urbana, pero debido a la topografía y condiciones físicas del

⁵ El trabajo de práctica profesional desarrollado por Yilber Leandro Saavedra durante el año 2008 permitió realización de programas de radio desde las veredas para visibilizar las comunidades y generar identidad en la región.

municipio la señal no llega a todas las veredas. Igual sucede con la emisora que no tiene el alcance suficiente para llegar a zonas apartadas.

En cuanto al uso y la formas de comunicación que practican los algecireños para enterarse de los acontecimientos locales, el 37% de los encuestados usa la radio, el 18% lo hace a través de la televisión local, el 4% a través de periódicos y el 41% se enteran a través de comentarios⁶.

La situación del municipio y las dificultades de orden público hacen que los medios locales no aborden temas que se califican como peligrosos⁷ y por tanto la comunidad ve la información que se presenta como trivial, que no les muestra lo que quisieran saber. En el municipio es muy frecuente el uso del comentario entre amigos o vecinos que se propaga rápidamente dando a conocer, en ocasiones de forma errada, los más recientes acontecimientos locales. Las actividades rurales como basares y reuniones son convocadas casa a casa o por la radio local y regional. A nivel general los encuentros se desarrollan en condiciones de cordialidad y respeto, utilizando sonido de amplificación o megáfonos para sus intervenciones.

La organización comunitaria en Algeciras.

Durante la investigación, se indago por las organizaciones y líderes comunitarios. Algeciras tiene un proceso organizativo que presenta un alto número de asociaciones y gremios que han permitido coordinar y presentar inactivas al orden departamental y nacional para la financiación de proyectos productivos.

Posee un total de 127 organizaciones sociales que dinamizan el accionar comunitario y gestionan apoyos de las instituciones estatales o privadas. Entre estas se encuentran fundaciones, asociaciones, grupos, Juntas de Acción Comunal, Cooperativas, Comités y Clubes.

Las comunidades han logrado organizarse para mejorar sus condiciones, solicitar apoyos, cofinanciación en proyectos o para mejorar los precios de sus cosechas. El grupo Cafetero Villalibano es uno de los más organizados⁸; su esfuerzo le ha servido para, no solo pensar en producción y venta del café sino también para establecer dentro de sus actividades jornadas lúdicas, celebraciones de días especiales y obsequios en época de navidad. Esta dinámica es común en gran

⁶ Encuesta aplicada a 150 personas entre líderes, funcionarios, docentes, estudiantes y comunidad. Realizada los días 12, 13 y 14 de febrero de 2010 por Yilber Leandro Saavedra.

⁷ ENTREVISTA con Geovanny Canacúe. Periodista de Radio y del Canal Local. Algeciras, marzo de 2010.

⁸ ENTREVISTA con Carlos Polo. Presidente del Grupo Asociativo de Cafeteros Villalibano. Algeciras, marzo de 2010

parte de las asociaciones que buscan trabajar de manera integrada, sin embargo ese trabajo solo se da al interior, pues no hay interacción entre las agremiaciones o interés de unificar esfuerzos, más bien cada grupo gestiona por separado sin enterarse de que hacen o piensan los otros.

Los grupos asociativos de mujeres cabeza de hogar han logrado el apoyo de organizaciones internacionales para la implementación de sus proyectos productivos entre los cuales se destacan el cultivo de mojarras, la producción y comercialización de flores heliconias y la realización de manualidades.

En cuanto a las organizaciones de Paz; surgió después de las capturas masivas realizadas por el estado en el 2002, un grupo denominado defensores de Algeciras que buscaba denunciar los atropellos de la fuerza pública y los abusos a la propiedad privada de los campesinos; el grupo tomó matices políticos lo que hizo que perdiera credibilidad en la comunidad y después de algunos meses termino por disolverse.

Tabla 1. Organizaciones Municipio de Algeciras

ASOCIACIONES	CLUBES	GRUPOS/OTROS
<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Agropecuaria. • Asociación de Tabacaleros - ASOTABACAL • Asociación de Tabacaleros de TABASOCIAL. • Asociación de Pequeños y medianos empresarios ASOPYMES • Asociación de Productores de Panela - LA ESPERANZA • Asociación de productores de Achiras de Algeciras. • Asociación de productores de Maracuyá - ASOUNION • Asociación de productores de Maracuyá-ASOMARAL • Asociación de productores de Lulo. • Asociación de productores de Cacao. • Asociación de Ganaderos de Algeciras. • Asociación de Criadores de caballos de Algeciras-ASOCAL. 	<ul style="list-style-type: none"> • Club de Amas de Casa El Rosal. • Club de amas de casa las Vencedoras. • Club de amas de casa La Esperanza. • Club de amas de casa San José. • Club de amas de casa La Productividad. • Club de amas de casa – Unir. • Club Deportivo Siglo XXI. <p>CONCEJOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concejo Municipal • Consejo Municipal de Política Social • Consejo Municipal de Juventud JAC • 92 Juntas de acción Comunal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo Vida, Ambiente y Naturaleza – Gavana. • Grupo Asociativo de Cafeteros – Villalibano. • Grupo de Cafeteros - Armonía • Grupo Cafetero El Futuro. • Grupo Cafetero Sabor y Aroma. • Grupo Cafetero La Laguna. • Grupo Cafetero Las Palmas. • Grupo Cafetero Andes Mirador. • Grupo Cafetero El Reflejo. • Grupo Cafetero El Pomo. • Grupo Cafetero El Triunfo. • Grupo Cafetero La Danta. • Grupo Asociativo de Cafeteros de Algeciras. • Grupo Argelia Cámbulos.

Continuación Tabla 1

INSTITUCIONES RELIGIOSAS	COMITES	INSTITUCIONES EDUCATIVAS
<ul style="list-style-type: none"> • Parroquia Nuestra Señora de Lourdes. • Iglesia Pentecostal Unida de Colombia. • Iglesia Movimiento Misionero Mundial • Iglesia Cuadrangular. • Iglesia Alianza Cristiana. • Iglesia Carismática. • Iglesia Testigos de Jehová 	<ul style="list-style-type: none"> • Comité de Política Social. • Comité Municipal de Cafeteros. <p>COOPERATIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa Multiactiva Campesina Coomigos. • Cooperativa de Apicultores Coapial. • Cooperativa de Lácteos - Cotersicolac. 	<ul style="list-style-type: none"> • Juan XXIII. • Los Negros. • La Arcadia. • El Paraíso • El Quebradón • La Perdiz

1.3. DIAGNÓSTICO

SOCIAL

El municipio de Algeciras ubicado en el oriente del Departamento del Huila, limita con al norte con los municipios de Rivera y Campoalegre, al sur con Gigante. Al Occidente con Hobo, Gigante y Campoalegre y al oriente con el departamento del Caquetá.

Nombre:	Algeciras
Extensión total:	567.7 Km ²
Extensión área urbana:	60 Km ²
Extensión área rural:	500.7 Km ²
Altitud (metros sobre el nivel del mar):	entre 800 y 3000
Temperatura media:	25 Grados Centígrados
Distancia de referencia:	52 Km de Neiva

Algeciras cuenta con una población de 23.427 habitantes, representando un 2,3163 % de la población total del Departamento del Huila, de éste número el 50,9% son hombres y el 49,1% mujeres.

La población económicamente activa está integrada por el 45% de sus habitantes. Las principales fuentes de empleo están centradas en las actividades agropecuarias, especialmente las relacionadas con la caficultura y la ganadería. El desempleo afecta al 13% de la población, esto es, a unas 3200 personas.

En el campo de la **Salud**, en la localidad existe un centro denominado Empresa Social del Estado Hospital de Algeciras que presta servicios de Primer Nivel o básicos con tratamiento de enfermedades de baja complejidad. Es de resaltar que ésta institución adelanta programas de vacunación, promoción y prevención;

pero la comunidad poco participa, en gran medida porque no se enteran de cuándo o dónde se desarrollan. Esta situación ha llevado a que los servicios de la ESE no sean conocidos ampliamente por la comunidad ni tampoco haya seguimiento por parte de las mismas comunidades a las responsabilidades de las Empresas Prestadoras de los servicios en Salud.

En lo **Económico**, la principal fuente de ingresos del municipio de Algeciras es la agricultura, la variedad de climas le permite cosechar casi toda clase de productos tomate, plátano, cacao, lulo, caña panelera, yuca, cebolla, ahuyama, arveja, maíz, frijol, habichuela, frutales (maracuyá, granadilla, mora, uva, badea, mango, papaya, guanábana, tomate de árbol), hortalizas y café entre otros.

Dentro de los principales problemas del municipio en el campo económico, según sus pobladores, está la falta de una empresa que pueda utilizar los productos agrícolas para transformarlos en subproductos como enlatados, jugos, gaseosas, champú, y demás que puedan ser producidos, lo anterior permitiría aprovechar el potencial agrícola del municipio, disminución de costos y generación de empleo. De momento los campesinos continúan feriendo su producción lo que ocasiona que el comerciante o intermediario se quede con las mayores ganancias pues paga poco al productor y cobra alto al consumidor.

Si bien es cierto que el cultivo del café cuenta con gran apoyo técnico y asistencial la variedad y el alto nivel de producción agrícola existente requiere una mayor estructura y asesoría en la programación y comercialización para otros productos. El Estado es poco eficiente para reactivar el campo, y a nivel local, por carencia de cobertura técnica y logística, la Unidad de Asistencia Técnica no logra ofrecer el servicio que la comunidad requiere, prácticamente se basa en aplicar y hacer seguimiento a los programas que resultan del gobierno Departamental o nacional que en la mayoría de los casos cubren tan solo el 4% de la población rural.

En el plano **Ecológico** el municipio de Algeciras se encuentra ubicado al oriente del departamento, sobre la parte media del valle del Magdalena, enmarcado entre la cordillera oriental y un ramal de la misma, que nace en esta misma cordillera en el Valle de Miraflores al sur del municipio, colindando con el departamento del Caquetá y termina en el Cerro de San Juan al norte del municipio.

La cabecera municipal se encuentra a 990 m.s.n.m, sobre una terraza de suelos de origen aluvial regada por los ríos Blanco y Neiva que nacen en los Cerros de Miraflores y La Siberia. Tiene una extensión de 570 km², sus principales fuentes hídricas son el Río Neiva, Río Blanco, el Quebradón, los Negros, las Palomas, Legías, Quebrada la Perdiz y el Mosca.

El terreno sobre el cual se encuentran los mayores asentamientos de Algeciras son de topografía accidentada principalmente los núcleos de la Arcadia, El toro y el Paraíso; sus tierras son aptas para la agricultura y la ganadería. Sin embargo la

tala indiscriminada y no controlada de bosques para los cultivos de frutales e ilícitos pone en riesgo el ecosistema municipal. Tanto así que las lluvias ocasionan grandes crecientes que arrasan cultivos y producen daños a las propiedades. A pesar de los esfuerzos de algunas instituciones, las personas actúan con una actitud depredadora y contaminante frente a los recursos naturales.

Algeciras se encuentra sobre una falla geológica de la cordillera oriental lo que lo hace susceptible de riesgo de terremotos o movimiento de placas terrestres, la mayor parte de su extensión es rural, cuenta con un gran número de pisos térmicos lo que le permite producir casi cualquier producto agrícola. Existe un zoovivero que ha tenido el reconocimiento nacional por conservar especies de flora y fauna en vía de extinción; un esfuerzo personal de algunos docentes al cual han vinculado estudiantes. Aun en la comunidad rural existen costumbres de quemar de vegetación o cultivos con la creencia de que así se limpia el terreno para otro cultivo, éstas prácticas producen erosión y afectan los terrenos, por ello son constantes los derrumbes que arrasan con cultivos, vías y viviendas. En época de invierno se presentan constantes derrumbes dejando incomunicados a habitantes de varias veredas.

En materia de residuos sólidos, el municipio contó por algunos años con una planta de descargue donde se separaban y clasificaban las basuras, el sitio, ubicado a cinco kilómetros, en el sector rural, fue una solución inmediata pero luego generó gastos adicionales en el combustible el deterioro de los vehículos por cuenta del mal estado de las vías, luego la reglamentación terminó por cerrarlo pues funcionaba a cielo abierto. En la actualidad la empresa de servicios públicos de Algeciras, EMSERAL realiza la recolección de las basuras y las transporta hasta Neiva, donde se tienen que asumir millonarios costos para que tratamiento.

Desde el año 2007 se viene implementando el sistema de agua potable para el consumo, las obras de infraestructura en la bocatoma y la instalación de los micromedidores ya se desarrollaron. En el momento se trabaja en la concientización del ahorro del preciado líquido y socializando el proyecto.

Político administrativamente el municipio se encuentra dividido en 66 veredas y cuatro centros poblados, en la zona urbana existen 23 barrios. La característica de éste municipio es la de encontrarse sobre una serie de accidentes orográficos que le confieren el carácter de montañas con pendientes moderadas a fuertes sobre las que se desarrollan diferentes actividades agropecuarias y extractivas⁹. En general la geografía del municipio le imprime un carácter de escenario paisajístico, con un clima templado y fresco, sin embargo el deterioro al medio ambiente ha modificado el clima haciéndolo cada vez más caluroso.

No se desarrollan programas de inversión o motivación para el sector agropecuario, y en su mayoría los procesos que se han consolidado, se han dado

⁹ Oficina de Desarrollo Social y Comunitario. Alcaldía de Algeciras. 20 de Febrero de 2010.

por el trabajo de las comunidades o el apoyo de entidades de cooperación Internacional. Definitivamente no hay iniciativa por generar industria agraria teniendo como mayor dificultad la presencia de insurgencia que desmotiva la inversión y la creación de empresa.

De igual manera hay que destacar que en el municipio no hay socialización, discusión ni seguimiento a las propuestas de los gobernantes o candidatos políticos y los partidos no desarrollan actividades políticas diferentes a las proselitistas.

En el campo de **la Educación** hay desmotivación por el estudio en los jóvenes por la falta de proyectos de vida y también por las inadecuadas metodologías que desarrollan los maestros quienes presionan la educación desde su cultura oral desconociendo las habilidades que los alumnos tienen en la cultura audiovisual y digital.

La Educación se brinda hasta secundaria, no existe ninguna institución de formación técnica o profesional, de manera intermitente el Sena capacita a algunos jóvenes que luego no saben qué hacer con su conocimiento y retornan a sus antiguas actividades. El 53,6% de la población residente en Algeciras, ha alcanzado el nivel de básica primaria y el 21,9% secundaria; tan solo el 1,2% ha alcanzado el nivel profesional y el 0,2% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La población residente sin ningún nivel educativo es del 17,9%.

La cultura es la dimensión semiótica de la práctica social humana, se la puede indagar desde las culturas orales, escritas y audiovisuales digitales. Los jóvenes al no vislumbrar salidas se niegan la posibilidad de estructurar sus proyectos de vida y éste aspecto es abordado desenfocadamente desde la Escuela, la familia o la administración por pertenecer a culturas diferentes como la oral y escrita, mientras que los jóvenes piensan desde lógicas de la cultura Audiovisual e Hipertextual.

El municipio de Algeciras es reconocido por ser cuna de destacados músicos, la banda municipal y la marcial del colegio Juan XXIII han sido declaradas fuera de concurso en los últimos años por ubicarse en el primer lugar en encuentros regionales y nacionales. En la actualidad ostenta el título de mejor banda marcial del país, pero ni si quiera sus mismos pobladores lo saben. Al igual que en la mayor parte del departamento se celebran las fiestas del Sanpedro, espacio en el cual la administración convoca a la participación en reinados municipales o concursos en colegios y empresas.

En el plano **comunicativo**, el miedo que genera la presencia de la Insurgencia, ha fragmentado el tejido social y comunitario haciendo que sea el rumor a media voz la manera de socializar los problemas municipales.

Aunque existe una emisora comunitaria, su orientación es comercial y destina pocos espacios para la gente inclinándose a la presentación de música y programación de entretenimiento.

Hay un periódico que se produce mensualmente por un periodista empírico, a través de él solo se narran algunos acontecimientos del municipio sin mayor análisis lo que hace que la gente no lo vea necesario pues revela hechos desactualizados o que ya la comunidad ha conocido. Sin embargo, algunos lo compran, según ellos, por colaborar.

El canal local mantiene una programación que poco se vincula a la comunidad y aunque se realizan esfuerzos, el personal y las producciones locales resultan insuficientes lo que hace que la gente no vea continuidad en la programación.

1.3.1 La Televisión Comunitaria en Algeciras. La televisión local en el municipio de Algeciras nace en el año 1990 con la instalación de la red de cable que permitió llegar a los hogares con la señal de algunos canales internacionales. En ese momento, en el país estaban de moda los grandes platones receptores de señal, Algeciras no fue la excepción inicialmente fueron 10 canales entre nacionales e internacionales pero el interés de hacer televisión local aun no se daba en los propietarios. Después de 5 años de estar funcionando y con un interés comercial nace un espacio de presentación de información local que se emitía los fines de semana, en él, se hacía la presentación en vivo de notas grabadas previamente y que eran reproducidas desde una cámara VHS, sin ningún tipo de edición, el espacio era dirigido y presentado por el propietario del sistema de cable, quien generalmente hacía también las entrevistas pregrabadas. Luego se fue vinculando al medio a algunas personas que les gustaba participar o manejar cámaras. Inicialmente no se miraba a la cámara, el sonido era muy bajo y había mucha improvisación, de igual forma las entrevistas e invitados eran escogidos dependiendo la tendencia y favorecimientos políticos o comerciales.

El espacio no tuvo mayor continuidad y de manera esporádica se presentaba una entrevista o se grababa algún evento público que luego era emitido directamente sin ninguna presentación, para ese tiempo no se dedicó como tal un canal para la información local sino que en el momento de la emisión se sacaba del aire un canal internacional, terminado el video se conectaba nuevamente. Luego de algunos meses dejó de presentarse el espacio y no hubo más cubrimiento de información local.

Primeros acercamientos; En el año 2006, y más por apasionamiento de estudiante de comunicación social me surge la idea poner a funcionar el canal local del municipio, las directivas aprobaron la iniciativa con la advertencia del cuidado en el manejo de la información política y de orden público; de ésta manera se adquieren paulatinamente algunos equipos y se empieza a realizar el

cubrimiento de eventos sociales y culturales, sin embargo la edición tardaba mucho tiempo y los productos no superaban las dos horas. Además debía distribuir mi tiempo entre la Universidad y viajar al municipio. Los programas que finalmente se producían se entregaban en DVD a la empresa de cable y eran emitidos los fines de semana. Después se decide asumir el espacio de manera total ante la inquietud de la comunidad por la intermitencia, en la misma frecuencia, de programación local y canal internacional lo que ocasionaba que la gente no lo asumiera como canal del municipio. En la actualidad se emite programación durante todos los días aunque entre semana se presenta mayor programación de entretenimiento como películas o videos musicales, durante el fin de semana se da paso a la información local, lo anterior ha permitido que la comunidad advierta que existe un canal exclusivamente para lo local. Durante el proceso se ha capacitado a algunos jóvenes en el manejo de equipos lo cual ha facilitado la producción y emisión.

Cobertura Espacial del Canal de Televisión Local

El canal Local de Algeciras funciona a través de sistema cerrado de televisión y cubre 1758 de las 2423 viviendas existentes en la zona urbana, también las veredas la Florida y Lagunilla.

En la actualidad, se realiza la posproducción y la emisión desde los estudios de Saaver Producciones, una productora independiente que cuenta con los equipos técnicos necesarios para la realización audiovisual, desde allí, la señal es enviada a la empresa Algeciras Televisión que la distribuye y comercializa ofreciendo éste canal y 30 más entre los que están los canales nacionales y algunos internacionales.

1.3.2 Comunicación de la Comunidad en General. La comunicación entre los habitantes del municipio es respetuosa, aunque en ocasiones se presentan acalorados debates políticos todos se dan en el marco del respeto, el algecireño es amable y cordial, a pesar del estigma que los medios regionales y nacionales le han dado. Están caracterizados por ser personas respetuosas y amigables, sin embargo los visitantes que se aproximan a la localidad lo hacen bajo los temores infundidos por los medios. Quienes llegan allí rápidamente descubren que esta tierra solo les brinda un delicioso clima fresco, gente receptiva y la abundante comida.

La crudeza del conflicto armado ha marcado a esta población en un fenómeno que se da en la mayor parte de municipios del país, sin embargo Algeciras no ha podido quitarse el sello de pueblo guerrillero. Los conductores que tienen ruta hacia la ciudad de Neiva coinciden en afirmar que cuando la fuerza pública los detiene y les pregunta su procedencia no se debe decir que es de Algeciras pues

inmediatamente hacen descender del vehículo a todos los pasajeros y realizan extenuantes requisas causando demoras en los desplazamientos.

También, existen distintos factores sociales que dificultan la comunicación entre los Algecireños; Geográficos porque limitan los espacios de encuentro, como la ubicación alejada de las viviendas rurales y la ausencia de sitios de reunión; generalmente se programan las reuniones de junta solo los fines de semana para poder usar la escuela de la vereda. Del mismo modo, aspectos culturales como el paternalismo, la timidez, y la poca transmisión de su historia; producen pasividad en los habitantes a la hora de actuar y participar. También aspectos sociales, como el desempleo, la inseguridad e intolerancia a las opiniones de los demás, situaciones que causan, el aislamiento de los habitantes, de procesos comunitarios y de participación.

La emisora es el medio que mayor presencia tiene debido a la facilidad que ofrece la radio en territorios como éste, su cobertura le permite llegar a algunas veredas. El mayor uso que de ella hacían los campesinos o habitantes eran los servicios sociales, a través de los cuales se enviaban mensajes, que eran leídos por el locutor con un interés preciso y directo, los temas eran desde citar a reuniones o basares hasta los más personales como “Favor desconectar la plancha que quedo enchufada” o “favor bajar la bestia a la carretera porque ya voy para allá”. Esta forma de comunicación hacía que la comunidad, sobre todo rural, estuviera con el radio sintonizado todo el día expectante a algún mensaje desde el pueblo ya fuera para ellos o para avisarle a algún vecino, durante 4 años ésta fué una dinámica que permitió a la emisora contar con una elevada audiencia y captar por ende un importante apoyo comercial, sin embargo todo cambio cuando la señal de celular llegó al municipio. Inicialmente el operador Tigo, luego Movistar y Finalmente Comcel cubrieron esta zona, lo que produjo que los mensajes ya fueran personales y que no se necesitara más de la emisora.

El canal funciona por cable llegando solo al sector urbano, en total son 1758 usuarios inscritos como clientes del sistema que ofrece 31 canales entre nacionales e internacionales, y a través de la frecuencia 4 llega el canal local que a pesar de que ofrece programación todos los días, la producción local realmente se reduce a un informativo local y a la transmisión eventual de actos culturales durante los fines de semana.

Una de las principales dificultades que se presentan es el hecho de que los medios han estado a cargo de personas que no han tenido formación profesional y a su vez, los jóvenes que ingresan tampoco tienen de donde aprender, su interés de crear los medios ha sido básicamente comercial o empresarial, pero no cuentan con el olfato suficiente para detectar la forma en que estos medios sean generadores de procesos comunitarios, incluso advierten que ellos le dan espacio a la gente para que hable pero que no les gusta hablar, evidenciando que no saben cómo aprovechar los procesos que a su alrededor intentan nacer y que el

medio es solo una herramienta que puede dinamizar y mejorar los tejidos comunicativos de la comunidad.

1.3.3 Comunicación entre Instituciones y Comunidad. Durante las dos últimas administraciones Municipales se ha convocado a los representantes de los grupos, juntas o asociaciones a participar de la creación del plan de desarrollo, priorizando por sectores las necesidades y asumiendo compromisos con comunidades más necesitadas, sin embargo la gran expectativa que genera el ejercicio se queda solo en el documento pues en el momento de ejecutar las obras, el presupuesto resulta insuficiente o las intenciones del gobernante ya han cambiado.

Teniendo en cuenta la falta de comunicación entre Administración Municipal y comunidad, durante el año 2008 se utilizó la radio para llegar a 14 veredas y abordar sus dinámicas o necesidades¹⁰, la estrategia consistía en visitar desde el jueves en la tarde, la vereda seleccionada para realizar con ellos un programa de música campesina e ir dialogando con los personajes del sector, también se invitaba al grupo musical de la zona para amenizar la tertulia. Esa noche el grupo de la emisora se quedaba en la vereda lo que buscaba generar confianza y mostrar la hospitalidad de la zona. Al día siguiente a las 6 de la mañana se realizaba la emisión del noticiero, también con la comunidad, este espacio era orientado a conocer las necesidades, historia, personajes y formas de vida de los habitantes del sector. Luego ya se dejaba de transmitir, la emisora continuaba con su programación habitual, y en la vereda, se cerraba la visita con un partido de fútbol entre los de la emisora y la comunidad. Este ha sido quizás el más importante ejercicio de proyección y de acercamiento de los medios en Algeciras, no hay registro de otras actividades generadas por los medios para visibilizar la comunidad.

A nivel de comunicación la Administración Municipal y el Hospital utilizan la radio para convocar a la comunidad sin embargo también hay comunicación directa a través de celular con los presidentes de las Juntas de Acción comunal, la Secretaría de Desarrollo local ha hecho la recopilación de los datos de estas personas y ahora no es tan difícil convocarlos a las actividades, de igual forma a través de celular las comunidades rurales informan a los funcionarios sobre eventuales derrumbes, crecientes de ríos, entre otros.

La política se vive con gran intensidad, Algeciras tiene una tendencia Liberal fuerte, en las elecciones presidenciales de 2003 la insurgencia prohibió hacer proselitismo o votar por el candidato Álvaro Uribe, en medio del temor, la comunidad acudió a las urnas y sin ni siquiera un afiche en el municipio, este candidato se impuso con amplia mayoría al obtener mas de 3.500 votos, cifra bien

¹⁰ El trabajo fue desarrollado en el primer semestre del año 2008 como Práctica Profesional de Yilber Leandro Saavedra, comprendió la visita a 12 veredas, 3 colegios y 2 centros poblados.

significativa teniendo en cuenta que a los alcaldes se los elige con 2.500. Aun hay apasionamientos por tendencias locales que no permiten generar procesos de unidad en torno a proyectos comunitarios. Aun hay personas que declaran que no asistirán a la alcaldía durante los cuatro años que esté ese mandatario, y que esperarán a que su líder llegue a ser alcalde para participar de alguna iniciativa local.

El Comité Municipal de Cafeteros es quizás la institución con mayor incidencia, su cercanía a las comunidades rurales y los apoyos de cofinanciación en obras de infraestructura le han dado reconocimiento y prestigio dentro de la comunidad en general¹¹, Continuamente realizan reuniones para dar a conocer sus programas y desarrollan foros cafeteros con la participación de la comunidad que expone las dificultades, dudas o inquietudes que puedan tener.

El concejo municipal sesiona desde Neiva por problemas de orden publico, la comunicación con la comunidad es muy poca y en gran medida la corporación se limita a aprobar o rechazar los proyectos que presenta la administración Municipal.

1.3.4. Comunicación de las Organizaciones. Las Organizaciones, grupos comunitarios, juntas, y agremiaciones realizan reuniones periódicas para entregar resultados de las gestiones de sus directivas, sus integrantes mantienen actitudes de cordialidad, es común que estas organizaciones se vean influenciadas y se presenten discordias por la inclusión política de uno u otro aspirante a elección popular ya sea alcalde o concejal, éste es el principal inconveniente que reconocen las personas que conforman los gremios. Ante el nacimiento de una nueva asociación, los políticos buscan influenciar, ganar las mayorías y tener poder en las decisiones que al interior se tomen ganar adeptos en el momento de las elecciones.

En las reuniones tratan de tener sonido de amplificación y generalmente escogen la vivienda de algún miembro de la organización para desarrollar sus reuniones, utilizan multas de tipo económico para quienes no asisten a las convocatorias y lo que mas destacan sus miembros es el aporte social que se le imprimen a las organizaciones, celebrando fechas especiales, realizando recolectas ante alguna necesidad calamidad o repartiendo obsequios en navidad.

Comunicación en las Instituciones Educativas. Algeciras cuenta con seis instituciones educativas en total, de las cuales se desprenden subsedes o

¹¹ ENCUESTA aplicada en Algeciras a funcionarios y presidentes de juntas, para explorar las prácticas comunicativas entre los habitantes del municipio y de estos con la administración Municipal y las demás instituciones.

escuelas organizadas según su cercanía. Con mayor número de estudiantes la institución urbana Juan XXIII, en los centros poblados y veredas se encuentran las instituciones Los Negros, Lagunilla, Quebradón, La Arcadia y El paraíso.

A nivel general la comunicación entre docentes y estudiantes se ha deteriorado por cuenta de la pérdida de valores, la falta de acompañamiento de los padres y el surgimiento de algunas tribus urbanas. Docentes entrevistados adjudican estos comportamientos a la libertad que dan las nuevas normas académicas donde el estudiante ya no pierde el año, lo que hace que no haya autoridad sobre ellos, se pierda el interés por sobresalir y se desconozcan las jerarquías en los colegios.

La violencia y las dificultades de orden público también inciden en el campo académico, aprovechando el clima de temor, algunos estudiantes han llegado a amenazar a docentes que son estrictos en el cumplimiento de las actividades o el respeto en el aula. Tal situación también desmotiva a algunos docentes que lideraban procesos académicos y sociales con los jóvenes y ahora se limitan a cumplir apenas con sus obligaciones básicas sin interferir o propiciar nuevas dinámicas que involucren la comunidad educativa. Los jóvenes no conocen la historia de su colegio o del municipio, ni les interesa conocerla sus dinámicas se ocupan de las nuevas formas de lenguaje oral o corporal, imitan modas, formas de vestir o de cortes de cabello que los ubica en grupos selectos y referenciados por otros.

En materia de medios, los colegios acostumbran a utilizar sonido de amplificación en tiempos de descanso, a través de éste se dan a conocer actividades, saludos de cumpleaños, jornadas, actualidad en música e información general. Sin embargo los alumnos de los grados superiores no se apropian ni participan por parecerles vergonzoso y aburrido. La iniciativa está orientada generalmente por el área de español que tiene a su cargo la dirección del espacio.

Todas las instituciones tienen servicio de Internet y cuentan con un buen número de computadores, éste medio si llama la atención de los estudiantes que se comunican a través del chat usando términos, abreviaturas, y estableciendo otros códigos de comunicación.

1.4. SITUACION PROBLEMATICA

Los contextos y procesos del Municipio de Algeciras, ponen de presente dinámicas en lo social, político, cultural, ambiental y comunicativo; van desde el interés comunitario hasta las desarrolladas con intensión proselitista. El diagnóstico arroja como resultado distintas problemáticas generadas a partir de la falta de canales de comunicación o la intervención de la comunicación en los diferentes aspectos de la municipalidad. Ésta es una sociedad que durante años ha sido ausente de los diferentes procesos debido a sus temores, censura y

estigma. En tal sentido podemos destacar.

- Aunque se adelantan algunos procesos con grupos artísticos, deportivos o líderes comunitarios, que de manera aislada desarrollan actividades en el municipio, éstos procesos no se evidencian en lo local y regional, y Algeciras solo sale como el lunar del conflicto político militar en la región, su nombre es morbosamente relacionado por los medios con la violencia y los grupos guerrilleros sin que pareciera que nada más ocurra allí.
- No obstante, son esas dinámicas participativas y organizativas que adelantan las JAC, organizaciones, grupos asociativos y organizaciones sociales las que permiten que a pesar de las dificultades Algeciras sea considerado despensa agrícola del Huila y se posicione en la producción de café, tomate, cacao y lulo entre otros.
- Los medios de comunicación no tienen una estrategia definida, no conocen sus audiencias y por tanto no realizan un trabajo de intervención en los diferentes aspectos municipales.
- Al no figurar ni hacer parte de la agenda comunicativa local, la comunidad no se siente importante, reconocen sus capacidades pero no hay canales de comunicación que los evidencien o motiven.
- Los diferentes grupos como instituciones educativas, administración municipal, gremios y líderes funcionan de manera aislada sin unidad de criterios o metas.
- Así mismo, reflejan el interés de las comunidades de trabajar por el desarrollo local aun cuando el estigma y la presencia de la insurgencia cause problemas en la autoestima y en los imaginarios de la población, especialmente los jóvenes que deben optar entre seguir en el trabajo del campo o ingresar a las filas de los grupos subversivos. La gente adulta poco se involucra en los escenarios de participación de las entidades territoriales pues no saben que programas se adelantan.
- Esto sumado a que a las administraciones y partidos los ronda la corrupción y el clientelismo que ha ocasionado una cultura paternalista donde algunos habitantes solo se dedican a esperar algún contrato. Tampoco hay alternativas para los jóvenes que salen de los colegios desaprovechando todo el potencial de su formación y juventud al no existir programas o apoyos que permitan que fortalezcan sus talentos.
- Es necesario entender que el miedo ha acostumbrado a la gente a hablar poco de sí misma, de sus problemas, fortalezas, personajes o su historia y a esto se acostumbraron también los medios locales; aun cuando hay mucho para contar

no hay espacios de interacción y dialogo entre comunidades o con las instituciones.

1.4.1 Pregunta de Investigación. Las particularidades de las dinámicas locales del municipio de Algeciras suscitan la siguiente pregunta **¿Qué problemas y necesidades comunicativas relevantes presenta la dinámica social de Algeciras Huila, que son susceptibles de intervención a partir de un proyecto comunicativo para un medio de comunicación audiovisual?**

1.5. OBJETIVOS

1.5.1 General. Elaborar de manera concertada un Proyecto Comunicativo para sistemas de televisión local en el Municipio de Algeciras – Huila que tenga en cuenta las dinámicas locales y las necesidades comunicativas de la población.

1.5.2 Específicos

- Consolidar un proceso de participación con los actores involucrados a los procesos del canal comunitario (Directivas, organizaciones sociales, comunidad en general, instituciones públicas y privadas, profesionales algecireños)
- Establecer las necesidades comunicativas de los habitantes del municipio de Algeciras.
- Elaborar con los actores un Proyecto comunicativo para sistemas de televisión local de Algeciras Huila; produciendo la plataforma estratégica (misión, visión, principios y objetivos) junto con el plan de trabajo y la parrilla de programación del canal.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

LA TELEVISION COMO HERRAMIENTA DE INTERVENCION SOCIAL

En el siguiente marco teórico se realiza una aproximación a la historia de la televisión en Colombia, se hace un recorrido conceptual y contextual de la comunicación y sustenta la necesidad de la inclusión transversal de los medios en las dinámicas sociales y comunitarias.

El servicio de televisión en Colombia

De acuerdo con la legislación nacional, la televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, y está vinculado intrínsecamente a la opinión pública y a la cultura del país (Leyes 182 de 1995 y 335 de 1996).

En Colombia, el servicio de televisión inicia en el año 1954, en esa época existía un único canal, con sólo dos horas de programación y de cobertura limitada a Bogotá. En el año 1979, apareció la televisión a color en el país lo que promovió la venta de espacios por parte de los canales públicos a programadores privados, haciéndose cada vez más evidente que una parte creciente de la programación dependía menos del Estado. Por esta misma época aparecieron los primeros informativos, la televisión educativa (canal11) y los programas de entretenimiento¹².

Antes de la década de los noventa la televisión colombiana funcionaba bajo un esquema mixto en el cual el Estado era el dueño de las redes de transmisión y regulaba la programación. A su vez, la programación dependía de los espacios otorgados a las empresas privadas. En 1995, antes de la entrada en funcionamiento de la CNTV, la oferta del servicio estaba compuesta por 3 canales nacionales, 4 canales regionales y 9 operadores de cable.

En la actualidad se estima que existen en el país 647 operadores de televisión comunitaria. En relación con la cobertura del servicio de televisión a nivel nacional se estima que:

- En la televisión abierta, la red pública nacional cubre el 92% de la población.
- Los canales privados nacionales cubren el 86%, y la televisión pública regional

¹² Katz, J (2006). "Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva Latinoamericana". CEPAL-EUROPEAID.

el 79%. En la televisión cerrada (incluye televisión cableada, satelital y comunitaria) el 45,1% de los hogares tienen Televisión por Suscripción Satelital o Cable y Televisión Comunitaria el 10,3%, según la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE Ene.- Mar. de 2009. Según los usuarios reportados por los operadores de televisión por suscripción (televisión cableada y satelital) a la CNTV a diciembre de 2008, la Penetración en televisión por suscripción es de 31,4%.

En el mercado colombiano además de los canales nacionales, regionales y locales y los operadores de televisión cerrada, existen muchos otros agentes. Por un lado están las centrales de medios, quienes se encargan de negociar la pauta publicitaria y cuentan a su vez con agencias comercializadoras. Las programadoras u operadores de canales por su parte, pueden ser productoras de sus contenidos o subcontratar a otras empresas para ello. Así mismo, existen empresas distribuidoras que ofrecen portafolios de programación de diferentes géneros en los mercados interno y externo a los canales nacionales e internacionales. En ésta cadena también están presentes las productoras de comerciales, los estudios de grabación y de sonido, los productores externos de equipos técnicos, las agencias que miden la audiencia y los productores de televisores, entre otros.

De acuerdo con los resultados del Estudio General de Medios-EGM¹³ I Ola 2009, la televisión es el medio de comunicación con mayor audiencia, seguido por la radio, las revistas independientes y la prensa. Este estudio señala que el 94.1% de los colombianos ve televisión, el 69.1% escucha radio, el 36.9% lee revistas independientes, el 28.8% lee prensa, el 19.9% lee revistas de prensa, el 27% usa internet y el 3.8% va a cine.

Las cifras de la Gran Encuesta Integrada de Hogares DANE ene.- mar. de 2009¹⁴ confirman la importancia de la televisión en los hogares colombianos. Los resultados de esta encuesta señalan que el televisor a color es el bien o servicio que en mayor medida poseen los colombianos en un 85.3% de los hogares del país, el 92,2% de los hogares en el área urbana y el 61,7% de los hogares en el área rural tienen al menos un tv a Color.

Sin embargo el servicio que mayor cercanía tiene con la gente es la **Televisión Comunitaria**, nacida del interés de las comunidades por crear formas propias de

¹³ Estudio realizado por la Asociación Colombiana para la Investigación de Medios-ACIM, en 17 ciudades principales de Colombia en el 2009, incluyendo sus áreas metropolitanas, con una muestra de 17.561 encuestas. Se hizo una entrevista personal en los hogares con la aplicación de un cuestionario estructurado a hombres y mujeres entre 12 y 69 años de los estratos 1 al 6.

¹⁴ Módulo de Televisión de la Gran Encuesta Integrada de Hogares DANE ene- mar 2009. Se estudiaron 55 mil hogares, con estimaciones al sector urbano, rural, 24 capitales y total nacional del país.

información con las cuales puedan identificarse en el ámbito local y visibilizar sus procesos. Así las cosas, se define entonces como el servicio o la ventana brindada por las comunidades para auto servirse de la televisión nacional e internacional y de la producción propia de cada medio¹⁵.

El surgimiento de ésta modalidad de televisión es el producto de la búsqueda de algunas comunidades para resolver dificultades a partir de formas, de contenidos y dinámicas sociales que propician la participación, la movilización y las formas de desarrollo, es entonces la televisión comunitaria un medio preciso para ejercer participación y concertación desde el interior de las comunidades.

Para entender mejor el proceso de la televisión comunitaria y local, es preciso mirar sus antecedentes. Darío Ángel Pérez¹⁶, comunicador social y coordinador del proyecto de televisión comunitaria de la fundación social señala que en Colombia se originó con la conjunción de dos elementos tecnológicos distintos y en cierta forma, contradictorios. Por una parte, la instalación masiva de antenas parabólicas conectadas a sistemas de cable para distribuir señales de televisión. Por otra parte, la adquisición masiva de cámaras portátiles en formatos de media pulgada y después de 8 milímetros.

Las parabólicas conectaron a cada televisor con la televisión transnacional de esquemas estandarizados, mientras que la cámara en casa hizo posible un registro anecdótico y circunstancial de las actividades individuales, familiares y barriales. La confluencia de ambas tecnologías produjo lo que se llama hoy un canal comunitario, es decir, una frecuencia propia de la comunidad en el televisor, junto a otras de carácter transnacional, ¡asi pareciera increíble!

De esta forma, como lo afirma Luis Fernando Barón¹⁷, investigador del CINEP, durante varios años proliferaron en nuestro país sin alguna reglamentación canales comunitarios que reflejaron el interés popular por apropiarse de los medios informativos y de encontrar mecanismos para producir y emitir sus cotidianidades. En su momento dichas experiencias fueron estigmatizadas como clandestinas o ilegales. Estas televisiones existían desde muchos años antes de producirse la Ley, pero ante todo son experiencias reconocidas por la comunidad donde tienen su ámbito de acción.

¹⁵ VALENCIA, J. Jorge. Acuerdo 029: El principio legal de la televisión comunitaria. En *Televisión comunitaria, opción educadora*. Santafé de Bogotá. 1988; p.23

¹⁶ ANGEL P, Darío. A las puertas de un Cambio. En: *Televisión comunitaria, una opción educadora*. Santafé de Bogotá. 1988; p.71.

¹⁷ BARON, Luis Fernando. *Televisión Local y Comunitaria: Legítima Pública y Transformadora*. En: *Señales de Humo. Panorama de la Televisión Local y Comunitaria en Colombia*. Santafé de Bogotá. 1998; p.34.

Ya a partir de la Constitución Política de 1991, el Estado colombiano dio un paso adelante al permitir la participación directa del sector privado en actividades y servicios hasta entonces reservados al Estado. Así fue el caso de la televisión, que tradicionalmente había sido un servicio de gestión exclusivamente estatal desde su creación en 1954. La nueva Carta Política estipula también la creación de la televisión por parte de la comunidad, en su artículo 20, donde expresa que todo individuo tiene derecho a difundir información y a fundar medios masivos de comunicación.

Dentro de éste proceso de construcción legal llega una herramienta que aclara los caminos a seguir en la construcción de televisión comunitaria. La Ley 182 de 1995 que calificó la utilización de éste medio de comunicación como un servicio público y dio la posibilidad a las comunidades organizadas para que también presten éste servicio¹⁸.

En el artículo 2 la Ley establece los fines y principios del servicio de televisión son: “formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana. Con el cumplimiento de los mismos se busca satisfacer las necesidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local”¹⁹. Entre otros aspectos la Ley 182 determina que la televisión comunitaria se puede emitir de diversas formas: a través de la señal incidental, por cable, parabólica, retroproyección, etc. Sin embargo, la Comisión Nacional de Televisión, solo autoriza la transmisión de éstos canales comunitarios por medio de un sistema cerrado o por cable para evitar la saturación del espectro electromagnético.

Lo verdaderamente importante en la televisión comunitaria es el proceso de producción que la misma gente vive a partir de su experiencia audiovisual, la forma como se le da vida a los equipos a través del concurso de la gente. Las diversas experiencias en el país hacen de la televisión comunitaria una propuesta viable para las comunidades organizadas.

Otras experiencias de Televisión Comunitaria. A continuación algunas experiencias comunicativas vinculantes de los procesos sociales desde su región; apenas una parte de las muchas que han creado televisión desde su barrio o vereda.

¹⁸ Una asociación de derecho, integrada por personas naturales residentes en un municipio o distrito o parte de ellos, en los que sus miembros están unidos por lazos de vecindad o colaboración mutua para operar un servicio de televisión comunitaria, con el propósito de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales e institucionales.

¹⁹ Ley 182 de 1995 o Ley Nacional de Televisión

En la provincia del departamento de Bolívar, al interior de los Montes de María, jóvenes de escasos recursos y sin conocimiento técnico sobre producción de televisión se arriesgaron a crear un colectivo comunicación que permitiera fusionar los sueños, expectativas, lenguaje y deseos de participación para el servicio de su vereda y como una forma de canalizar su espíritu juvenil y sus inquietudes artísticas a favor de la comunidad. La experiencia mejoró los niveles de convivencia y aportó a la construcción de la identidad de esa comunidad. El canal lleva por nombre “línea 21 tv” orientado por la comunidad social Soraya Bayuelo y además de lograr una participación comunitaria y diseñar una programación novedosa acorde con su contexto, ha logrado establecer contactos con organizaciones internacionales que han encontrado en su experiencia, como Escuela de Comunicación Comunitaria un porte cultural y popular para Latinoamérica.

Por otro lado, la experiencia juvenil de “Muchachos a lo Bien”, producido en Medellín, como línea de Trabajo de la Fundación Social, es una muestra de que si es posible diseñar otras temáticas que involucren a las nuevas generaciones en la solución de conflictos, en su reconocimiento personal y el descubrimiento de su papel en la practica social. El programa presenta, a partir de las historias de vida de jóvenes, la problemática barrial y las vivencias cotidianas de las comunas nor-orientales de la capital antioqueña. A pesar de las dificultades técnicas y de ser un espacio hecho para una comunidad pobre y violenta, “Muchachos a lo Bien” ha obtenido varios reconocimientos internacionales y emitiéndose incluso en otros países como España.

También podemos destacar la experiencia de la televisión comunitaria por cable iniciada en la comuna nor-oriental de Medellín, es otro proceso que vale la pena reseñar en este pequeño recorrido. La Corporación Picacho con Futuro, mediante parabólica o (antena comunal), emite programas hechos por jóvenes de la comunidad que antes utilizaban su tiempo libre entre la violencia y la adicción a las drogas. La corporación llegó a reunir organizaciones de primer grado de ocho barrios y realizar programas de televisión a través de la productora “Juventud Unidad Comunicaciones”, donde el liderazgo y la presencia joven propiciaron la gestión de desarrollo desde la comunidad y se convirtió en fuente generadora de empleos para la población juvenil.

A nivel regional aunque la televisión comunitaria no ha tenido la misma presencia, si se desarrollan proyectos desde la academia que buscan la intervención de los procesos sociales a través de los medios de comunicación, tomando los conocimientos aportados por la universidad y aplicándolos en lo local.

Tenemos el trabajo desarrollado en el municipio de Palermo donde a partir los gustos, propuestas y necesidades de la comunidad se diseñó la programación y el funcionamiento del canal local, así mismo el proceso incluyó la asesoría en el montaje del centro de producción audiovisual. El trabajo permitió diseñar una

programación que respondiera a las expectativas de los habitantes²⁰.

De igual forma la experiencia adelantada en Belén de los Andaquies a través de la utilización de los medios de comunicación y la creatividad de los niños para transformar los imaginarios de los habitantes de la región, o el proceso de Medios Maspueblo desarrollado en el municipio de Guadalupe; un proyecto justificado en la necesidad de la Comunidad, las organizaciones sociales y la Administración Municipal, para mejorar sus niveles de comunicación a partir del uso colectivo de los medios locales de comunicación. También el diseño de programación Juvenil para la ciudad de Neiva a partir de los gustos y preferencias de los jóvenes, sentando precedentes sobre lo que esperan de los medios.

Las experiencias parten del deseo de que a través los medios se articulen al imaginario común y visibilicen a esas comunidades alejadas; comunidades que en la mayoría de los casos no son tomadas en cuenta en la programación de televisión que desarrollan los medios masivos cargados de dependencias políticas o comerciales. Las experiencias reseñadas por el Libro Señales de Humo, que brinda el panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia, revelan el tipo de programación que se está emitiendo en el ámbito local. “Se observa una tendencia hacia los informativos, los noticieros y los magazines. Estos programas se mezclan con la trasmisión de eventos en directo y programas sobre temas propios de las comunidades. Hay tantos noticieros e informativos porque se siente la ausencia de información en los medios masivos sobre temas y asuntos comunitarios, que solo aparecen cuando suceden hechos excepcionales. Además se observa en las comunidades la necesidad y la demanda por temas, personajes y hechos de la vida cotidiana. Estos programas, además de proveer información útil para los miembros de una comunidad, proponen referentes comunes que generan ubicación y cohesión social”²¹

De allí la importancia de involucrar en los medios a comunidades que no son reconocidas en el escenario nacional, o como en el caso de Algeciras son víctimas de los conflictos políticos y armados dejando solo estigma y desolación. Desde ese tipo de comunidades se hacen más visibles las problemáticas del país, frente a una sociedad que se encuentra en un contexto donde el conflicto armado y la falta de solidaridad generan aislamiento e incertidumbre. El sur del país no es la excepción, según la investigación de Torres y Pachón (2003) la `Región Surcolombiana´ se caracteriza también por “la influencia de grupos armados ilegales, el narcotráfico y el abandono gubernamental, por ende, el temor y la

²⁰ MURCIA HERNANDEZ, Johanna & MURCIA HERNANDEZ, Oscar Leonardo. Diseño de Televisión Comunitaria para el Municipio de Palermo Huila, Universidad Surcolombiana, Neiva. 2000

²¹ SEÑALES DE HUMO, Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia. 1 ed. Santafé de Bogotá: Lac Impresores, 1998

desconfianza priman en las relaciones comunicativas de sus habitantes”²², una zona donde prevalece la intimidación, el soborno y el protagonismo individual, “la población tiene poca conciencia de la historia de sus municipios y, por tanto, de la medida en que ella los afecta o les propone alternativas”²³.

La estigmatización de la que ha sido objeto la población algecireña, demuestra que el estado colombiano bajo el manto de la política de seguridad democrática no solo libra una guerra contrainsurgente, contra el territorio sino contra poblaciones enteras, contra sectores sociales y organizaciones plurales y que su estrategia es precisamente el terrorismo psicológico”²⁴.

“La cultura de control social a través del terror social crea una cultura del terror, de control y de silencio, la población no puede tener las condiciones de realizar sus agendas personales y mucho menos sus agendas colectivas...se crea una cultura de desconfianza, nadie sabe a quien hablar, en quien confiar; la persona que esta al lado tuyo puede ser un informante y de hecho en estas sociedades se premia al que vigila y denuncia al vecino, finalmente se moldea una cultura de falta de esperanza sin aspiraciones de progreso y surgimiento”²⁵.

Es allí donde la comunicación debe realizar su trabajo, convertirse en la aguja que teja relaciones y compromisos, que rompa los miedos y proponga nuevas alternativas de expresión social, no como agentes de la ley sino como facilitadores de dinámicas participativas, concertadoras y reales.

De esta forma, con el diseño de la programación de televisión comunitaria para el municipio de Algeciras, se busca que la comunicación sea participativa y refleje los proyectos y programas de las organizaciones vinculadas con el desarrollo del municipio, a su vez restablecer los tejidos comunicativos de la comunidad, mientras que los habitantes viven su propia experiencia audiovisual.

²² TORRES SILVA, William Fernando & PACHON FARIAS, Hilda Soledad. Construir desde abajo. Subjetividades en la Región Surcolombiana. In-sur-gentes. Neiva: Ed. Univ. Surcolombiana. 2003 .p.330.

²³ Ibid. P. 327

²⁴ ORTIZ HEREDIA, Yenny Mercedes, TIQUE PERDOMO María del Pilar & PERDOMO, Oscar Fabián. Memoria Social de los Habitantes del Municipio de Algeciras a cerca del conflicto armado expresada en sus relatos orales. Universidad Surcolombiana. Neiva, 2008.

²⁵ MARTINEZ, Antonio. Modelo de solidaridad en la asistencia psicosocial a los sobrevivientes de tortura y de abusos de los derechos humanos. En enfoques y metodologías de atención psicosocial en el contexto del conflicto sociopolítico colombiano. Terre des hommes Italia. Bogotá: 2005.p.113.

La herramienta que en mayor medida puede dar forma al proceso es la consolidación del Proyecto comunicativo el cual permite la congregación de intereses en torno al medio y sus temáticas.

El proyecto comunicativo permite emerger nuevas características de la identidad cultural, a partir de la reflexión sobre los valores, los propósitos que como comunidad se fijan, la manera como los llevan a cabo en el tiempo, las relaciones interpersonales y de poder y las formas de organización²⁶.

Comunicar a los actores, generar comunicatividad, vista como cualidad, o mejor, condición del ser de la comunicación en los grupos humanos. Comunicación que emerge de las configuraciones especiales de las pequeñas colectividades, de sus vestuarios particulares o proyecciones de sus experiencias, pensamientos y temores, que se constituirán en un discurso sincero. En el habitante, el ser del mundo social, todo su contexto percibido se configura en un discurso lógico, estructurado, que se edifica sobre incontables historias que describen su universo y le funcionan para actuar coherentemente en su propio entorno. Alrededor de éste discurso construye sus proyectos, sus sueños, alimenta sus identidades, vence sus miedos y delimita su territorio. Así también crea sus pautas conductuales y mejora sus condiciones de interrelación con el otro.

El sujeto se convierte en social e intercambia experiencias. Algunos proyectos son compartidos y se negocian en el colectivo, en la agrupación o en la pequeña comunidad. Se descubren identidades y el sujeto se transforma en órgano de un sujeto más amplio, que produce intercambios, modifica el entorno, construye cultura y sobre todo, es sujeto de los procesos de comunicación en su propia casa o barrio.

2.1 MARCO CONCEPTUAL

CONCEPTOS OPERATIVOS

PERCEPCION: En el ser humano, la percepción se constituye no sólo como acto físico, que es estimulado por el medio y que requiere de una respuesta biológica para mantener su identidad orgánica, sino también como un acto esencialmente semántico. La percepción se constituye dentro de un sistema de significados, signos, lenguaje y autoconciencia. Primero se expone el proceso de percepción en el individuo y luego se asocia a su relación con la construcción grupal del conocimiento.

²⁶ GARCIA, Jacqueline & ACEVEDO, Juan Carlos. Modulo Proyecto Comunicativo I. Universidad Surcolombiana. Neiva. 2008.p.4

“Mi historia de la percepción es un estudio de la interacción dinámica entre el contenido del pensamiento y la institucionalización del mundo. En otras palabras, la fenomenología de la percepción es ese cable de conexión que por una parte es capaz de dar un contexto inmediato al pensamiento y, por la otra, queda determinado por la institucionalización del mundo...“La percepción es un todo reflexivo, integral, que abarca al perceptor, al acto de percibir y al contenido de lo percibido”²⁷.

COMUNICACIÓN: Es la Capacidad que tienen las personas para dar a conocer una información. La comunicación se entiende como un proceso donde los seres humanos, a través de la interacción, se expresan, tejen relaciones, construyen colectivamente propuestas y unifican criterios.

PARTICIPACIÓN: Es La vinculación de todos los hombres y mujeres que quieran implicarse en los problemas que les afectan, aportando puntos de vista, inquietudes y soluciones. Éste proceso entre actores sociales genera ciudadanía y mayor conciencia de los derechos y deberes. Produce además la toma de decisiones en colectivo con el fin de mantener, reformar o transformar los sistemas vigentes de organización social y política. Supera la queja o la expresión de opiniones, pasa por la planeación colectiva del desarrollo y se cristaliza en el involucramiento durante su ejecución.

CONCERTACION: Proceso que persigue la interrelación de actores y la construcción de consensos, para lograrlo se requiere de procedimientos y estrategias, de espacios concebidos y diseñados de tal modo que permitan procesar adecuadamente los conflictos y las diferencias y, sobre todo, generar sinergias y obtener resultados que den legitimidad al proceso no solo entre los actores más comprometidos sino entre el conjunto o la mayoría de la comunidad, en la medida que ella experimente, que a través de ese proceso se expanden sus capacidades.

DESARROLLO: El desarrollo no debe ser entendido únicamente como la evolución de los elementos tecnológicos o la concentración económica de una sociedad, estos son resultados o consecuencias generadas a partir de las dinámicas en procura del mejoramiento de las condiciones de vida. “Es una apuesta cultural de cambio donde Resolver, prevenir, asegurar el futuro y proponer son operaciones necesarias para vivir mejor y con independencia, se liga así con la adquisición de una capacidad para crecer procesalmente, transformando la organización de la vida misma”²⁸.

²⁷ ²⁷ Lowe, Donald M (1986). Historia de la Percepción Burguesa. México: Fondo de Cultura Económica.

²⁸ ALFARO, Rosa María. Una Comunicación para el otro Desarrollo. Para el Dialogo entre el norte y sur. Perú: Abraxas Editorial SA.1993. p. 14.

PROYECTO COMUNICATIVO: El proyecto comunicativo es el instrumento guía para la definición de la ruta a seguir por parte de un grupo, organización o medio de comunicación. El proyecto comunicativo se constituye en el punto de partida para el diseño de una programación y una agenda mediática. En estos dos aspectos se tendrán en cuenta los fines que persiguen, la forma y orientación que se desea dar, las audiencias a las cuales se dirige, las formas de emisión, la duración, los equipos y recursos con que se cuenta y los que se requieren adquirir. Algunas de las partes que se destacan en un Proyecto Comunicativo:

Misión de una Organización

La misión en términos generales es la formulación de los propósitos de su empresa, y a través de ella se crean compromisos e incluso se inducen comportamientos. Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de las funciones básicas que se van a desempeñar en un entorno determinado²⁹.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, la comunidad a la cual va, los productos y servicios a ofertar.

Características de una Misión

Las características de la misión son:

- ampliar
- concretar
- motivar
- hacer posible.

Con la misión conoceremos a que se dedica la organización en la actualidad, y hacia donde encamina su futuro, por lo tanto también debe ir de la mano con la visión y los valores.

Si la misión se deja demasiado amplia, permite dejar unos márgenes de actuación muy flexibles, lo que puede ocasionar confusión, porque quienes participan no tienen muy claro hacia donde se quiere encaminar. Si por el contrario es demasiado precisa puede limitar la capacidad de desarrollo a futuro de la organización, y quedar por fuera elementos importantes que aportarían o definirían con mayor precisión lo que se quiere.

La Importancia de la Misión

Es esencial que la misión del medio se plantee adecuadamente porque permite:

²⁹ THOMPSON Arthur y Strickland A. J. III, Mc Graw Hil, Administración Estratégica Conceptos y Casos, 11va. Edición, de I, 2001. Pág. 4.

- Definir una identidad corporativa clara y determinada, que ayuda a establecer la personalidad y el carácter del proyecto comunicativo, de tal manera que todos los miembros de la comunidad la identifiquen y respeten en cada una de sus acciones e iniciativas.
- Da la oportunidad de que el medio conozca cuales son sus audiencias, ya que una vez que se ha establecido la identidad corporativa, los recursos y capacidades; es mucho más fácil acercarse a aquellos actores que no se involucraron en la formulación de la estrategia.
- Aporta estabilidad y coherencia en las estrategias propuestas, el llevar una misma línea de actuación generará credibilidad y cercanía de la comunidad con el canal; logrando una relación estable y duradera entre las partes.
- La misión también nos indica el ámbito de cobertura en el que la empresa desarrolla su actuación, permitiendo tanto a trabajadores como a la misma comunidad conocer el área donde opera y sus alcances.
- Define las oportunidades que se presentan ante una posible diversificación de la empresa.

Aspectos a tener en cuenta e la elaboración de la Misión

- En el momento de elaborar la misión, se debe tratar de hacer una planificación concertada, sólida y completa.
- La misión debe ser comunicada y difundida a toda la comunidad, a los trabajadores del medio, empresas, alcaldía municipal, y a todos los campos en los que pueda influenciar o intervenir de manera motivante y entusiasta, utilizando una comunicación simple, concisa y fácilmente comprensible.
- Es de gran importancia que al elaborar la misión, la imagen de credibilidad de quienes lideran el proceso esté presente en todo momento.
- Cuando se defina concertadamente el proyecto comunicativo, se hace necesario repetir y poner en consideración la declaración que ha quedado, recordando a los participantes del proceso que el futuro deseado es posible y depende principalmente de su compromiso.

Visión de Una Organización: Para definirla nos debemos preguntar ¿Dónde queremos que el canal esté dentro de un periodo de tiempo que puede ser de 3, 5 o 10 años? La visión provee el marco de referencia de lo que la empresa es y quiere ser en el futuro. Debe ser comprometedor y motivante. Es un elemento complementario de la misión que impulsa y dinamiza las acciones que se lleven a

cabo en la empresa. Ayudando a que el propósito estratégico se cumpla³⁰.

Valores: Son los principios que tienen o se desean crear, su forma de actuar, el nivel de respeto y de reconocimiento del otro, el trato al personal y a la gente involucrada en el proceso. Son los valores parte esencial en la estructura en tanto que moraliza la participación e imprime compromisos altruistas necesarios para la concertación.

Objetivos: Son las metas a cumplir por parte de la organización, se pueden establecer varios objetivos, es importante plantearlos pero también prever de que manera se va a trabajar para cumplirlos. Los objetivos pueden estar definidos a corto, mediano y largo plazo, lo importante aquí son las disposiciones, compromisos y recursos disponibles para su ejecución.

³⁰ Misión y visión en <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.html>.

3. METODOLOGÍA

El proceso de práctica profesional realizado durante el año 2007 y la experiencia personal como habitante, periodista y funcionario del municipio, fortaleció la metodología de Investigación Acción Participante propuesta a desarrollar en la investigación, pues a partir de ésta metodología aplicada, se pudo identificar las demandas o necesidades de la comunidad y concretar su participación en el proceso.

El estudio previo a la realización del diagnóstico, contó con la ejecución de una encuesta aplicada a 117 personas para conocer las prácticas comunicativas de los habitantes; y entrevistas y conversaciones con líderes, docentes, estudiantes y funcionarios; utilizando el método etnográfico. Cabe resaltar que en la construcción del diagnóstico se utilizaron las matrices de actores y contextos construidas para el análisis de procesos municipales, al igual que se realizaron observaciones en diferentes espacios cotidianos, y se revisaron documentos como la Monografía del municipio, el Plan de Desarrollo y datos del Departamento Nacional de Estadísticas.

Luego de desarrollar el diagnóstico, empezó el proceso de intervención durante la práctica profesional, en el cual, se creó el espacio de difusión de los sectores desconocidos del municipio. Se realizaron talleres de comunicación y programas de radio, también se dinamizó la participación de la comunidad en los medios. La emisión de los programas realizados desde sus sectores permitió identificar esos espacios olvidados por los dirigentes. También se buscó unificar criterios entre instituciones y comunidad³¹.

A través de fuentes documentales y testimoniales se pudo conocer la dinámica socio política del municipio de Algeciras en los últimos años, que reflejaron prácticas enmarcadas en el tradicionalismo político y de sumisión ante las decisiones de los partidos.

También se puso de manifiesto que en los habitantes persisten los temores por cuenta del conflicto armado, los asesinatos selectivos y el desplazamiento forzado. No se reflejan alternativas para tratar concertadamente los problemas y hay una brecha muy grande entre los medios y la comunidad. Tal situación condujo a plantear el interrogante ¿Qué problemas y necesidades comunicativas relevantes presenta la dinámica social de Algeciras Huila, que son susceptibles de intervención a partir de un proyecto comunicativo desde el Canal de televisión local?

³¹ Las emisiones se realizaron cada jueves y viernes por la emisora comunitaria del municipio. En total se visitaron 14 veredas y 3 colegios rurales.

Para responder esta pregunta el enfoque de la investigación fue cualitativo interpretativo, ya que buscó describir, analizar y explicar las relaciones comunicativas, establecer las necesidades, gustos, preferencias y dinámicas de las personas del municipio de Algeciras.

Se utilizaron elementos de la Investigación Acción Participativa (I.A.P) y de la etnografía, metodología a seguir, adoptando una actitud de escucha y diálogo con los actores participantes, apelando a la experiencia del investigador por su permanencia en el territorio, la convivencia y el reconocimiento permanente con las personas, cuyas percepciones y visiones fueron la base de la construcción del producto.

Se utilizó la etnografía, como metodología lo cual permitió captar el punto de vista, el sentido, las motivaciones, intenciones y expectativas que los actores en sus propias acciones sociales, preferencias, perspectivas personales o colectivas, y el entorno sociocultural que los rodea. Se empleó la observación directa de la interacción entre los habitantes. También, se tuvieron en cuenta elementos descriptivos que Dell Hymes denominados componentes de habla, entre los cuales están: la forma del mensaje, el contenido del mensaje, el lugar, el escenario, el hablante, la persona que repite, el receptor, los propósitos resultados, los propósitos metas, los canales, las normas de interacción y las de interpretación.

La investigación planteó una mirada desde los líderes del municipio de Algeciras que inciden en la participación de la comunidad, por lo que se trabajo con funcionarios de las instituciones como alcaldía, el hospital local, los Presidentes de JAC, representantes de los gremios y comunidad educativa. Los criterios se relacionaron con la permanencia, pertinencia y características culturales de los actores seleccionados.

Las técnicas metodológicas de la investigación se desarrollaron en tres etapas:

I ETAPA. Primera aproximación

A partir de la investigación y la experiencia propia, se realizaron las primeras aproximaciones para conocer las dinámicas del municipio de Algeciras, lo que permitió la elaboración del diagnóstico e identificar el problema comunicativo.

Para la recolección de información se tuvieron en cuenta las siguientes técnicas:

REVISIÓN DOCUMENTAL: Se realizó revisión documental sobre aspectos históricos, geográficos, culturales, económicos, y sociales del municipio de Algeciras. También se revisaron documentos como el Plan de Desarrollo, el Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT) y los datos suministrados por el DANE donde se revisaron también aspectos del municipio.

ENCUESTAS: Se aplicaron encuestas que contenían algunas preguntas abiertas y otras de selección múltiple, dirigidas por el encuestador, entablando conversaciones causales sobre aspectos particulares sobre gustos, percepciones y necesidades comunicativas.

Encuesta Nº 1. Se encuestó a 150 personas del sector urbano y rural, a las cuales se les indagó sobre aspectos de procedencia, costumbres culturales, valores, oficios y uso del tiempo libre de los habitantes del municipio de Algeciras, de acuerdo con categorías de sexo y edad.

Encuesta Nº 2. Se encuestó a funcionarios de la Alcaldía, Hospital, Docentes, y Presidentes de las JAC, organizaciones, Instituciones educativas; sobre el concepto que tienen sobre la comunicación, cómo se comunican los habitantes, cuáles son sus necesidades comunicativas y como proyectan el canal de televisión local.

II ETAPA. Aproximaciones desde el trabajo de campo, centrada en los actores de la investigación Líderes, Presidentes de JAC y funcionarios de las Entidades Públicas y comunidad participante.)

TALLERES: Se realizaron talleres con la comunidad para establecer las necesidades comunicativas existentes, se definió qué proyecto comunicativo es el apropiado para el canal, como podía enriquecerse, que participación tendría la comunidad y que debía contener el documento guía del medio de comunicación.

REVISIÓN DOCUMENTAL: Se analizaron registros audiovisuales actuales del canal, el organigrama y su filosofía institucional.

ENTREVISTAS: Se entrevistó al alcalde municipal, el presidente del comité departamental de cafeteros, el secretario de desarrollo social, el presidente de la asociación de juntas comunales, el gerente del hospital local, los rectores de colegios, para conocer cuál visión del canal comunitario y poder contrastar sus necesidades comunicativas con los resultados de la encuesta 2. Lo anterior permitió ampliar el conocimiento de las prácticas comunicativas que usan y la manera como éstas inciden en la participación de la comunidad. De igual forma se amplió el conocimiento del uso de los canales y medios de comunicación local. Así como la identificación de motivaciones, orientaciones, gustos y temores respecto a la construcción concertada de procesos.

III ETAPA. Sistematización de información por objetivos, proceso de triangulación, análisis y conclusiones.

SISTEMATIZACIÓN: A partir de los diarios de campo y matrices de conceptos, transcripción entrevistas, tabulación de encuestas, se describieron las dinámicas de

los actores, las prácticas, inclinaciones y propuestas en torno a la función del medio de comunicación.

TRIANGULACIÓN: Se precisaron las técnicas metodológicas usadas para triangular y verificará la información obtenida en el trabajo de campo.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN: Se analizó a los Rectores de las instituciones Educativas, estudiantes, líderes de organizaciones, Presidentes de JAC, los funcionarios de la Administración municipal y la comunidad; de acuerdo a sus conceptos, prácticas, tejidos e incidencias en la participación.

CONCLUSIÓN: Se realizaron conclusiones en torno al problema, los objetivos y las metas y propósitos acordados para el canal de televisión.

4. ANALISIS DE RESULTADOS

El proceso permitió conocer las percepciones de Los habitantes del Municipio de Algeciras. La participación de los líderes, funcionarios, comunidad educativa y demás personas, fue fundamental para establecer las percepciones y necesidades comunicativas existentes.

Ante las preguntas o solicitud de información las personas, a nivel general, fueron amables y se refirieron al tema de los medios de comunicación con propiedad y sin ninguna prevención, haciendo constantemente recomendaciones y solicitudes de programas específicos. La información resulto valiosa para comprender sus gustos, perfiles y establecer la parrilla de programación para el Canal.

Si bien es cierto ésta comunidad generalmente actúa con prevenciones por los temas políticos o de orden público, una vez descubre la propuesta desinteresada e independiente, se vincula abiertamente formulando propuestas o haciendo recomendaciones o críticas al proceso.

A nivel general los dirigentes como el Alcalde Municipal, el gerente del Hospital, Rectores de las instituciones coincidieron en resaltar la importancia del Canal de Televisión, pero un canal que tenga continuidad y que no mezcle otros temas que le hacen perder credibilidad como por ejemplo la política. También se mostraron solidarios con la financiación del medio, realizando algunos compromisos de patrocinio de los espacios o programas que desde sus instituciones se acordaron.

En los talleres algunas personas solicitaron revisar problemas técnicos frecuentes como la deficiencia de la señal en sectores apartados, la diferencia del volumen entre canales y la calidad de algunos productos audiovisuales locales.

Aunque la participación se orientó hacia los espectadores y clientes del sistema (área urbana), se solicito constantemente revisar la posibilidad de irradiar la señal para abarcar, a través de frecuencia, todo el perímetro del municipio, teniendo en cuenta el gran numero de habitantes que residen en zona rural y que no tiene acceso al Canal Local.

También se solicitó hacer alianzas con los grupos de veredas que tienen pequeños sistemas de televisión por cable y que abarcan algunos sectores rurales, en tanto en que se les pueden entregar los productos para que los emitan también allí.

Los programas definidos por la parrilla de programación fueron propuestos por la comunidad y puestos a consideración. De igual forma se acepto continuar con el

Logo³² y el nombre que ya existían pues, según ellos, ya son conocido por la comunidad y están acorde con lo que se quiere. El eslogan resultó de la idea de ellos mismos procurando identificar al medio como.

Durante el taller, a manera de borrador, se fue redactando el Proyecto comunicativo incluyendo las propuestas, concretando las ideas y revisando redacción y claridad.

Figura 1. Porcentaje de uso de medios de comunicación en Algeciras

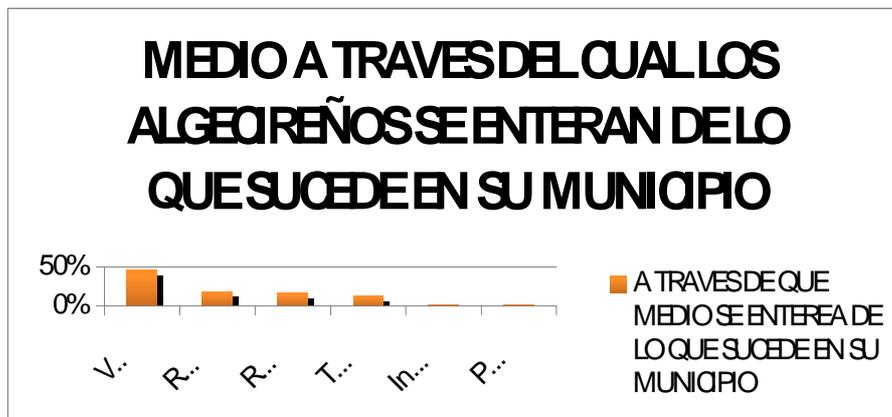
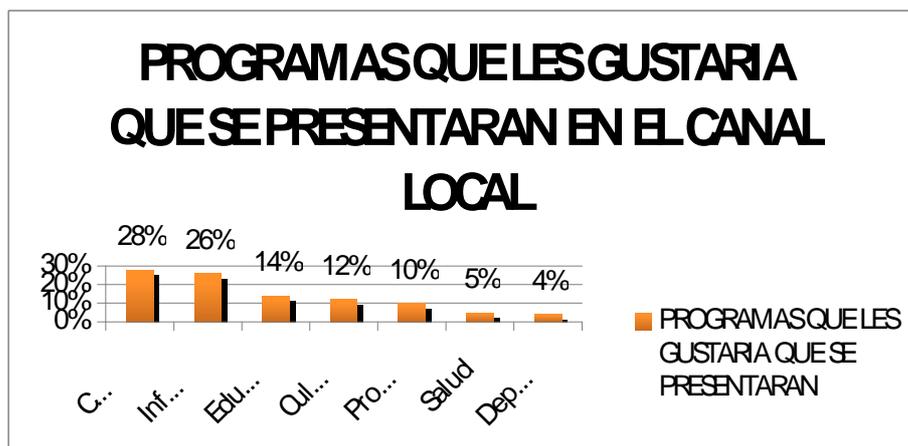


Figura 2. Porcentaje de preferencias televisivas para la programación del Canal Local de Televisión.



³² El logo del Canal 4 de Televisión de Algeciras está formado por cuatro rectángulos, de igual tamaño, unidos, creando en total otro mas grande. Los rectángulos tienen los colores de la Bandera del municipio; Verde, Azul, Rojo y Amarillo. Al frete de ellos el Numero 4 en letra tipo Ellis, bordeado por un destello o brillo circular

4.1 PROBLEMAS COMUNICATIVOS RELEVANTES EN LOS ALGECIREÑOS.

En el propósito de crear el proyecto comunicativo se tomó como referencia algunos ya desarrollados, como trabajos adelantados por otros medios o ejercicios académicos universitarios, sin embargo en el caso propio, la comunidad definió la estructura, los términos y redacción que debía tener.

Durante el desarrollo de la investigación, y la aplicación de las técnicas de recolección de información como las encuestas y talleres, se evidenciaron los siguientes problemas y necesidades comunicativas relevantes en la dinámica social del municipio de Algeciras que son susceptibles de intervención a partir del proyecto comunicativo del canal de televisión local:

- La comunidad no se siente involucrada en las actividades que desarrollan las instituciones como alcaldía, hospital, comité de cafeteros o colegios. Se tiene poca información sobre eventos o programas y por lo tanto se desconoce su gestión.
- Hay dificultades para promocionar fechas, asambleas informativas y métodos de selección en programas nacionales como el pago familias en acción, apoyo de mercados del ministerio de protección social y red juntos.
- Se tiene un alto nivel de prevención en los medios locales por sus tendencias políticas, uno de los aspectos mas destacados en las encuestas es que el medio no se convierta en un espacio proselitista y publicitario de los dirigentes de turno. Si se trata el tema debe ser a través de debates y con la participación del público.
- Se desconocen personajes históricos, lugares, datos e información cultural y destacada, no se reconoce al otro y por lo tanto no hay mayores herramientas para hablar bien de su municipio.
- Existe autocensura en el tratamiento de algunos temas susceptibles al conflicto armado. Hay prevención por el accionar de grupos subversivos. Tampoco hay confianza en las fuerzas militares y de policía.
- Los barrios periféricos o de bajos recursos económicos no cuentan con el servicio de televisión por cable, por lo tanto no tiene acceso al canal local.
- En las instituciones educativas, los proyectos de comunicación están asignados únicamente al área de español, no hay un trabajo articulado lo que produce dificultades para la realización y desinterés en el tema.
- No hay espacios de orientación profesional, la perdida de valores y los

conflictos son evidentes en los jóvenes, a nivel general hay desinterés por capacitarse y definir su proyecto de vida.

- Se dificulta la convocatoria a los eventos que desarrolla la parroquia o las demás iglesias cristianas, no hay mayor conocimiento de sus actividades.
- Se requiere información del contexto regional, no se sabe que ocurre en los municipios cercanos o que información produce el Gobierno Departamental.
- No hay conocimiento a cerca del manejo de medios de comunicación, hay prevención ante el manejo del micrófono y las cámaras, sin embargo se evidencia el interés de aprender.
- La comunidad expresa gusto por los programas que le permiten verse a si mismos o a otras personas del municipio, como informativos y espacios comunitarios. También solicita variedad en la programación de entretenimiento como música y películas.
- En el municipio hay prevención de participar en procesos. Los que se han desarrollado con anterioridad han sido pasajeros y de tipo experimental.
- Se practican actividades como quemas y contaminación que afectan el medio ambiente. Se desconoce el aprovechamiento y manejo que debe darse a los recursos naturales.
- En la emisora comunitaria no hay espacios donde se permita la participación social, no hay procesos de construcción de ciudadanía o movilización social que promuevan el buen uso de los medios de comunicación.
- Los contenidos del canal local giran en torno a la transmisión esporádica de eventos, pero su programación no es constante, sus contenidos no son muy elaborados por la falta de personal interesado en su producción y además no responden claramente a necesidades comunicativas municipales.

A partir de éstas necesidades, gustos y problemas comunicativos se concerta el siguiente Proyecto, como hoja de ruta para le Canal Local del Municipio de Algeciras.

**PROYECTO COMUNICATIVO PARA
SISTEMAS DE TELEVISION LOCAL
DEL MUNICIPIO DE ALGECIRAS -
HUILA**

4.2 PROYECTO COMUNICATIVO PARA SISTEMAS DE TELEVISION LOCAL DEL MUNICIPIO DE ALGECIRAS - HUILA

INTRODUCCION

Este Proyecto Comunicativo se concibió como resultado de la concertación con la comunidad, las organizaciones y colegios participantes del proceso, generando formas de articulación y trabajo en conjunto. Se logró identificar la necesidad de construir una estructura organizativa que permitiera orientar las acciones de forma esquemática y planificada. De ésta manera se identificaron las preferencias y necesidades de la comunidad, las cuales han permitido al Canal de televisión de Algeciras planificar mejor sus acciones y gestión de iniciativas de comunicación comunitaria.

La comunicación comunitaria busca fortalecer la participación activa de los habitantes en la construcción de un estado que los reconoce así mismos como sujetos sociales de derecho; sujetos políticos que intervienen en la construcción de su propio desarrollo y que buscan incidir en la definición de políticas públicas que tengan en cuenta sus necesidades, y expectativas de vida como comunidad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Promover, abordar y participar de la dinámica social, de forma responsable y clara, sobre los sucesos actuales y las propuestas sociales de la comunidad del Municipio de Algeciras Huila, cuya agenda temática se propone concertadamente a partir de las necesidades de la comunidad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Vincular la comunicación a los distintos procesos sociales del municipio permitiendo la interacción entre los actores y proporcionando herramientas para la participación comunitaria.
- Generar comportamientos de cordialidad y respeto entre los habitantes del municipio de Algeciras.
- Promover el desarrollo personal y municipal a partir de las temáticas tratadas en los programas.
- Contribuir con el propósito de construir región rescatando la identidad de los

habitantes del municipio

- Posicionarse como un medio de intervención social, promotor de iniciativas comunitarias y precursor de la igualdad.

MISION

Ser un medio televisivo de calidad, que convoque, dinamice y construya región a partir de la visualización de las comunidades del municipio de Algeciras – Huila. El medio fortalecerá la participación, la igualdad y promoverá la defensa de los derechos humanos y la equidad para el alcance de una sociedad mas justa.

VISION

Para el 2015 se espera tener el cubrimiento total del municipio y consolidar al Canal de Televisión Local de Algeciras como articulador de los procesos de la zona oriente del Departamento del Huila, siendo reconocido como espacio defensor de las causas sociales y promotor del entendimiento mutuo a través de la magia de la comunicación.

ESTRATÉGIA DE ACCIÓN

Fortalecimiento a la opinión pública a través de la participación en los medios de comunicación

La línea estratégica del Canal de televisión local del municipio de Algeciras pretende, en su conjunto, generar procesos de información, comunicación, concertación y movilización social a partir de la construcción de una opinión pública que busque la convivencia, la equidad y la orientación hacia la generación de espacios comunes. En éste sentido se busca afianzar la función social del Canal Local del Municipio de Algeciras, a partir de la creación de escenarios vinculantes y de encuentro con la realidad social, económica, política y cultural de la localidad, logrando así espacios de interlocución con las diversas esferas sociales con las cuales construimos región.

LOCALIZACIÓN FÍSICA Y COBERTURA ESPACIAL

El Canal Local de Televisión local del Municipio de Algeciras funcionara en la Calle 6 No. 7 – 105, Barrio Jorge Eliecer Gaitán del mismo municipio. El montaje, edición y emisión de la programación se hará en sus instalaciones y en exteriores

dependiendo del tipo de grabación que se quiera realizar.

En cuanto a la cobertura, el proyecto involucra a comunidades de los 23 barrios del sector urbano del Municipio de Algeciras y las veredas La Florida y Lagunilla. La señal llegará a través del sistema de cable de la empresa privada, sin embargo eventualmente la programación será proyectada en video beam en sectores donde no pueden acceder al sistema.

En cuanto al horario de funcionamiento, el canal local estará todos los días al aire iniciando emisión de programación desde las ocho (8) de la mañana y finalizando a las diez (10) de la noche.

PRINCIPIOS

Comunicación para el Desarrollo local: El Canal de televisión de Algeciras promulgará el progreso y la participación comunitaria a través del cubrimiento de los acontecimientos locales.

Democratización de las imágenes: Se hace visible a través de la pantalla a todas las personas sin importar su condición, sexo, raza, religión u orientación política.

Compromiso social: El Canal de televisión de Algeciras procurará la equidad, la igualdad, la solidaridad y el cumplimiento de los derechos de los habitantes del municipio de Algeciras.

Los principios del Canal Local del Municipio de Algeciras esta basados en los siguientes aspectos:

**UNIDAD, RESPETO, COMPROMISO, OBJETIVIDAD, SOLIDARIDAD,
IMPARCIALIDAD, RESPONSABILIDAD, PLURALIDAD, IGUALDAD Y
HONESTIDAD.**

IDENTIDAD CORPORATIVA



“Una Televisión Para Todos”

NOMBRE:

CANAL 4 DE ALGECIRAS.

LOGO:

El logo del Canal local de Televisión de Algeciras está formado por cuatro rectángulos, de igual tamaño, unidos, creando en total otro más grande. Los rectángulos tienen los colores de la Bandera del municipio; Verde, Azul, Rojo y Amarillo. Al frente de ellos el Número 4 (o de la frecuencia asignada) en letra tipo Ellis, bordeado por un destello o brillo circular, El número cuatro obedece a la frecuencia modulada en la cual se emite la señal.

ESLOGAN:

“Una Televisión Para Todos” El cual es incluyente, solidario y proyecta unidad.

PROGRAMAS

ABRIENDO CAMPO: Programa de 60 minutos que muestra las distintas zonas rurales del municipio de Algeciras, su producción agrícola y proyectos productivos adelantados en la zona. Se tendrá el apoyo de la Unidad de Asistencia Técnica UMATA, y la coordinación de tres presidentes de Junta.

ACTUALIDAD DEPORTIVA: Programa de 30 minutos que presenta el resumen de las actividades deportivas que se desarrollen en los distintos barrios y veredas. Destaca a personajes que organicen, apoyen o practiquen la actividad deportiva.

SALUD AL DIA: Espacio de 30 minutos donde se vincula al Hospital Local con

temas de actualidad en salud como información sobre actividades o la invitación a un profesional de la salud que oriente a la comunidad desde su área de conocimiento.

PERSONAJES: Espacio de 30 minutos para la presentación de crónicas sobre personajes del Municipio o del Departamento. En él se destacan a aquellas personas que realizan labores en beneficio de la comunidad o líderes que contribuyen con el desarrollo de la región o personas de ejemplo a seguir.

EDUCANDO-ANDO: Programa de 30 minutos realizado por un colegio distinto cada ocho días, los estudiantes a cargo, presentaran las actividades que realizan desde sus instituciones educativas y las temáticas propuestas por el equipo coordinador del espacio en cada institución.

ALCALDIA INFORMA: Programa que resume las actividades que realiza la administración Municipal, se tendrá como invitado a algún funcionario que explique su trabajo y las actividades que desarrolla. Se recibirán preguntas de la comunidad y se promoverá que los presidentes de juntas sean quienes planteen los temas del informativo.

PARCHE JOVEN: Espacio para los jóvenes, música, entrevistas, reportajes a jóvenes emprendedores, participación de Jóvenes o profesionales algecireños que cuenten su experiencia desde su carrera profesional. Actualidad e información sobre universidades de la región. Promoción y cubrimiento de eventos.

SEMBRADORES DE FE Y ESPERANZA: Programa de 30 minutos de la Parroquia Nuestra Señora de Lourdes presentado por el presbítero y su grupo de apoyo; se proyectaran las actividades parroquiales y temas de valores morales y espirituales.

VIDA EXTREMA: Programa de 30 minutos de las iglesias cristianas del municipio, expondrán sus eventos y actividades.

INFORMATIVO CAFETERO: Programa del comité Municipal de cafeteros donde se exponen los distintos proyectos adelantados por la organización. Se dan a conocer las obras adelantadas y se promueve la comercialización el producto.

INFORMATIVO LOCAL: Espacio noticioso que presenta los hechos más importantes ocurridos durante la semana, formato periodístico con corresponsales en centros poblados rurales.

PARRILLA DE PROGRAMACION CANAL 4 DE TELEVISION DE ALGECIRAS

HORAS	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
8:00 am.	EDUCANDO-ANDO					EDUCANDO-ANDO	
8:30 am.							
9:00 am.						PARCHE JOVEN	
9:30 am.							
10:00 am.							
10:00 am.	SALUD AL DIA					EDUCANDO ANDO	
11:30 am.							
12:00 pm.							
12:00 pm.	ENLACE INFORMATIVO REGIONAL SISTEMA INRRAI						
12:30 pm.							
1:00 pm.							
1:00 pm.	ACTUALIDAD DEPORTIVA					VIDA EXTREMA	
2:00 pm.							
2:30 pm.	PARCHE JOVEN						
3:00 pm.							
3:00 pm.							
3:30 pm.						CAFETERO	
4:00 pm.							
4:30 pm.							
5:00 pm.							
5:00 pm.	ABRIENDO CAMPO						
5:30 pm.							
6:00 pm.	TV NOVEDADES – INFORMATIVO REGIONAL						
6:30 pm.							
7:00 pm.							
7:00 pm.						ACTUALIDAD DEPORTIVA	
7:30 pm.							
8:00 pm.	SEMBRADORES DE FE Y ESPERANZA					INFORMATIVO CANAL 4	
8:30 pm.							
9:00 pm.						PERSONAJES	
9:30 pm.							
10:00 pm.							

5. CONCLUSIONES GENERALES

A nivel personal resulta emocionante y gratificante trabajar con comunidades que requieren ser visibilizadas y mucho más en escenarios donde existe el reto de vincular la comunicación como eje dinamizador de procesos sociales. Una vez se apropian de la iniciativa asumen el compromiso personal de acompañar y gestionar, de manera que les permita a futuro mejorar las condiciones de vida de sus conciudadanos.

Las actividades, talleres, encuestas y participación de la población durante el proceso de investigación resultaron más productivas de lo esperado inicialmente, más allá del estigma de violencia que recae sobre los habitantes de Algeciras, en la interacción con ellos se puede notar que son personas humildes con problemas como todos los demás, pero con la condición especial de estar en medio del conflicto armado, situación que limita su expresión y en ocasiones corta los sueños de quienes quieren que la situación cambie.

La comunidad tiene la percepción de que las investigaciones sociales o académicas desarrolladas en el municipio de Algeciras no han servido o no han representado beneficios para los habitantes de la localidad, ven el municipio como un escenario que se utiliza únicamente para sacar información de orden público y aun no se le da la importancia en aspectos culturales, productivos y sociales.

No existe retroalimentación o exposición de los productos logrados en el desarrollo de las investigaciones adelantadas en Algeciras, la comunidad se queja de no conocer en que terminan esas investigaciones que inicialmente resultan muy prometedoras pero que luego no se presentan ante la comunidad o no se informa que resultados produjeron.

A nivel general la comunidad ve a los investigadores sociales y periodistas como gente de paso que solo están allí para extraer información y cumplir básicamente con su trabajo informativo. Para algunas personas del municipio de Algeciras, estos comunicadores solo aprovechan la situación que ha vivido el municipio para poder conocer historias, no por el interés de reflejar la problemática que se vive, sino con el propósito de conseguir información que llene sus cuartillas. Por esta razón es cada vez más difícil conseguir que la comunidad exprese sus pensamientos o realice propuestas de solución.

Durante la investigación se pudo evidenciar la prevención que existe en la comunidad de Algeciras por los medios técnicos como cámaras de video o fotográficas. Los operativos que la fuerza pública desarrollo en el año 2003 y que produjeron las llamadas "capturas masivas" se hicieron con base en grabaciones que luego fueron desvirtuadas, sin embargo quedo la desconfianza de dejar ver sus rostros frete a las cámaras.

Debe existir mayor capacitación para las personas que desarrollen investigaciones en zonas de conflicto. El tratamiento de la información, así como de las fuentes debe ser cuidadoso y no poner en riesgo a las personas que gentilmente dan a conocer sus experiencias. En esta investigación se pudo evidenciar que la comunidad del municipio de Algeciras se cohibe de dar entrevistas pues generalmente su identidad no se reserva, incluso algunos han sido amenazados luego de exponer sus testimonios por los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFIA

ALFARO, Rosa María. Una Comunicación para el otro Desarrollo. Para el Dialogo entre el norte y sur. Perú: Abraxas Editorial SA.1993.

ANGEL P, Darío. A las puertas de un Cambio. En: Televisión comunitaria, una opción educadora. Santafé de Bogotá. 1988.

BARON, Luis Fernando. Televisión Local y Comunitaria: Legítima Pública y Transformadora. En: Señales de Humo. Panorama de la Televisión Local y Comunitaria en Colombia. Santafé de Bogotá. 1998.

GARCIA, Jacqueline & ACEVEDO, Juan Carlos. Modulo Proyecto Comunicativo I. Universidad Surcolombiana. Neiva. 2008.

KATZ, J (2006). "Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva Latinoamericana". CEPAL-EUROPEAID.

LOWE, Donald M (1986). Historia de la Percepción Burguesa. México: Fondo de Cultura Económica.

MATURANA Romecín, Humberto y Varela G. Francisco (1984). Las Bases Biológicas del Entendimiento Humano, el Árbol del Conocimiento. Santiago de Chile: Programa de Comunicación Transcultural. Organización de Estados Americanos.

NIETO L Marco, Maldonado L.F. Política en Salud Pública para el Distrito Capital. Universidad de los Andes, Centro Interdisciplinario de Estudios Regionales CIDER, Secretaría Distrital de Salud. Documento. Bogotá; abril 29 1998.<http://www.medicina.unal.edu.co/ist/revistas/v4n2/v4n2e2.htm>.

SEÑALES DE HUMO, Panorama de la televisión local y comunitaria en Colombia. Santafé de Bogotá: Lac Impresores, 1998.

TÉLLEZ GARZÓN, M. Patricia, La televisión comunitaria en Colombia: entre la realidad y la utopía. Póscom - Umesp, sem. 2005.

TORRES, William Fernando y PACHON, Hilda Soledad en Construir desde Abajo. Subjetividades en la Región Surcolombiana. En: Torres. Tovar. Lasso. In-Sur-Gentes. Neiva. Editorial Universidad Surcolombiana. 2003.

VALENCIA. J. Jorge. Acuerdo 029: El principio legal de la televisión comunitaria. En Televisión comunitaria, opción educadora. Santafé de Bogotá. 1988.

VARGAS MOTTA, Gilberto, Monografía sobre el municipio de Algeciras, Despensa Agrícola del Huila. Neiva.1985.

VELEZ Cuartas, Gabriel Jaime. Proyectos Comunicativos y Conformación Grupal. La producción y reproducción de lo social.

ANEXOS

Anexo A. Diario de campo sistematización de talleres de concertación del proyecto Comunicativo del Canal de televisión Local de Algeciras realizado el 10 de abril de 2010.

Los participantes fueron cerca de 200 personas entre niños, jóvenes, adultos y adultos mayores; de estas, un total de 100 diligenciaron los formatos de encuesta sobre los temas que deberían tratarse en la televisión del municipio.

Se logró establecer que la comunidad tiene necesidades de comunicar a partir de su entorno. Las problemáticas planteadas son las que observan a su alrededor y las que les afectan. Se pueden clasificar los temas planteados por la comunidad entre:

AMBIENTAL: Crecientes de los ríos, reforestación, mecanismos y órganos de protección en caso de emergencias.

SOCIAL: Alternativas para los jóvenes bachilleres, apoyo y legalización de predios donde se ubican barrio de invasión, Claridad sobre la labor que realiza la fuerza pública, cobertura de alimentación y transporte escolar, prostitución, ancianos descuidados, drogas y vicios, peligros en la calle, Programas sociales.

ADMINISTRATIVO: Jornadas de Promoción y Prevención de enfermedades alumbrado público, alcantarillado, centro recreacional, que hace el concejo Municipal, La personería y las dependencias de la Alcaldía, pavimentación de vías, recursos productivos, proyectos que hay para Algeciras, desarrollo, Señalización vial y peatonalizar algunos tramos, manejos de la administración pública, información sobre suspensión de los servicios públicos por mantenimiento y parámetros claros para el cobro de los mismos.

COMUNITARIO: Falta de liderazgo, proyectar a las veredas, comunicar que hacen las JAC, como va el desarrollo comunitario, que gestiones desarrollan, que actividades, como y cuando las realizan, crónicas de personajes representativos.

CULTURAL: cultura y deportes, cronograma de campeonatos, historia del barrio, eventos de la región, sitios turísticos, desfiles y actos públicos, reseñas históricas de la región, cultura municipal.

COMUNICATIVO. Información confiable, programación continua y ordenada, sin censura y sin proselitismo político, información actualizada, calidad de imagen y sonido, participación de la comunidad en debates televisivos a través de correspondencia o línea telefónica, que se obtenga información de las instituciones de manera oportuna, evitar matizar el medio con partidos políticos o grupos religiosos, presentación de programas de entretenimiento, películas familiares, evitar la violencia en la televisión y la repetición continua de los productos locales.

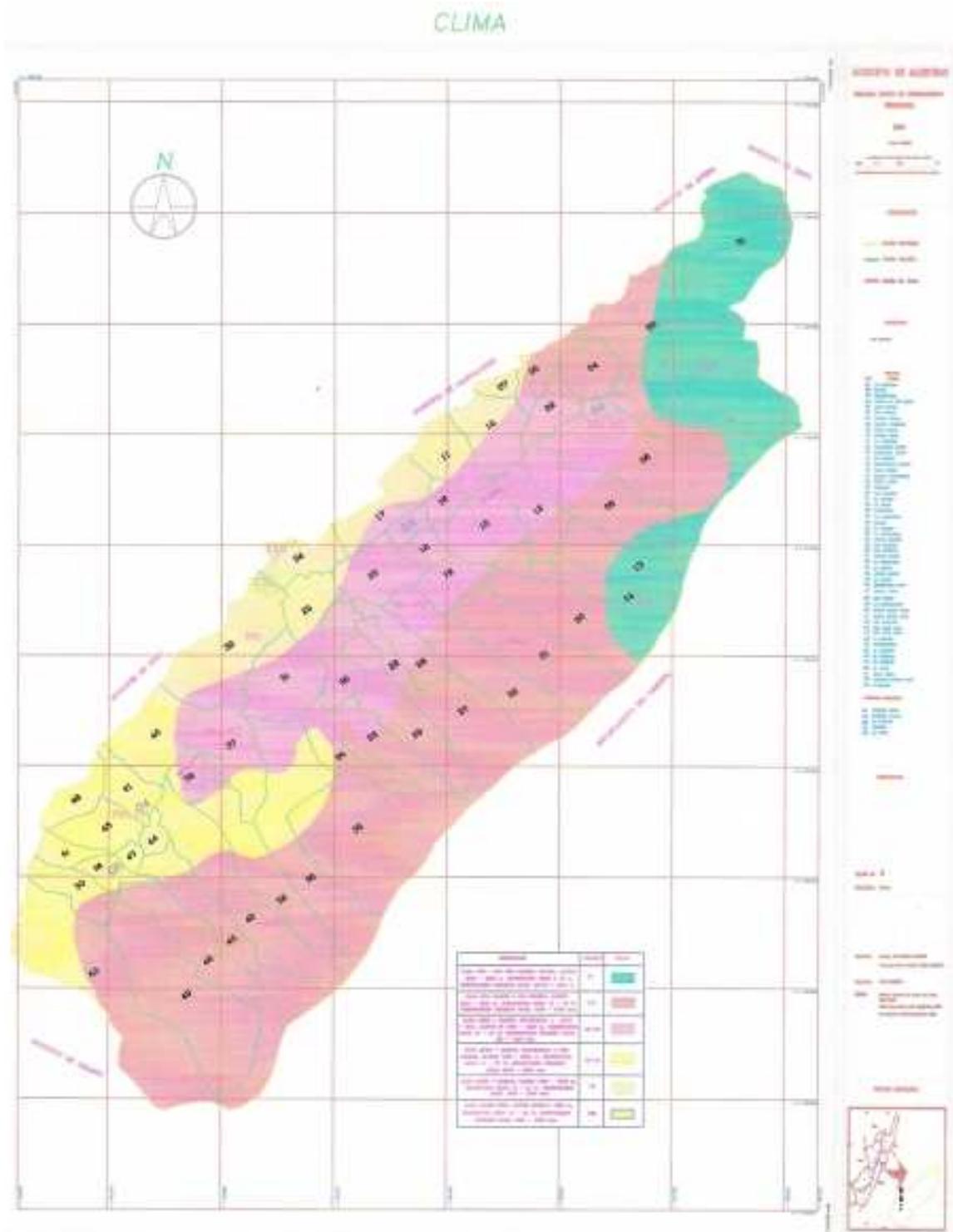
Anexo B. Tabla de Modalidades y asignación de la Televisión en Colombia.

En total se registran 764 operadores de televisión en Colombia distribuidos así:

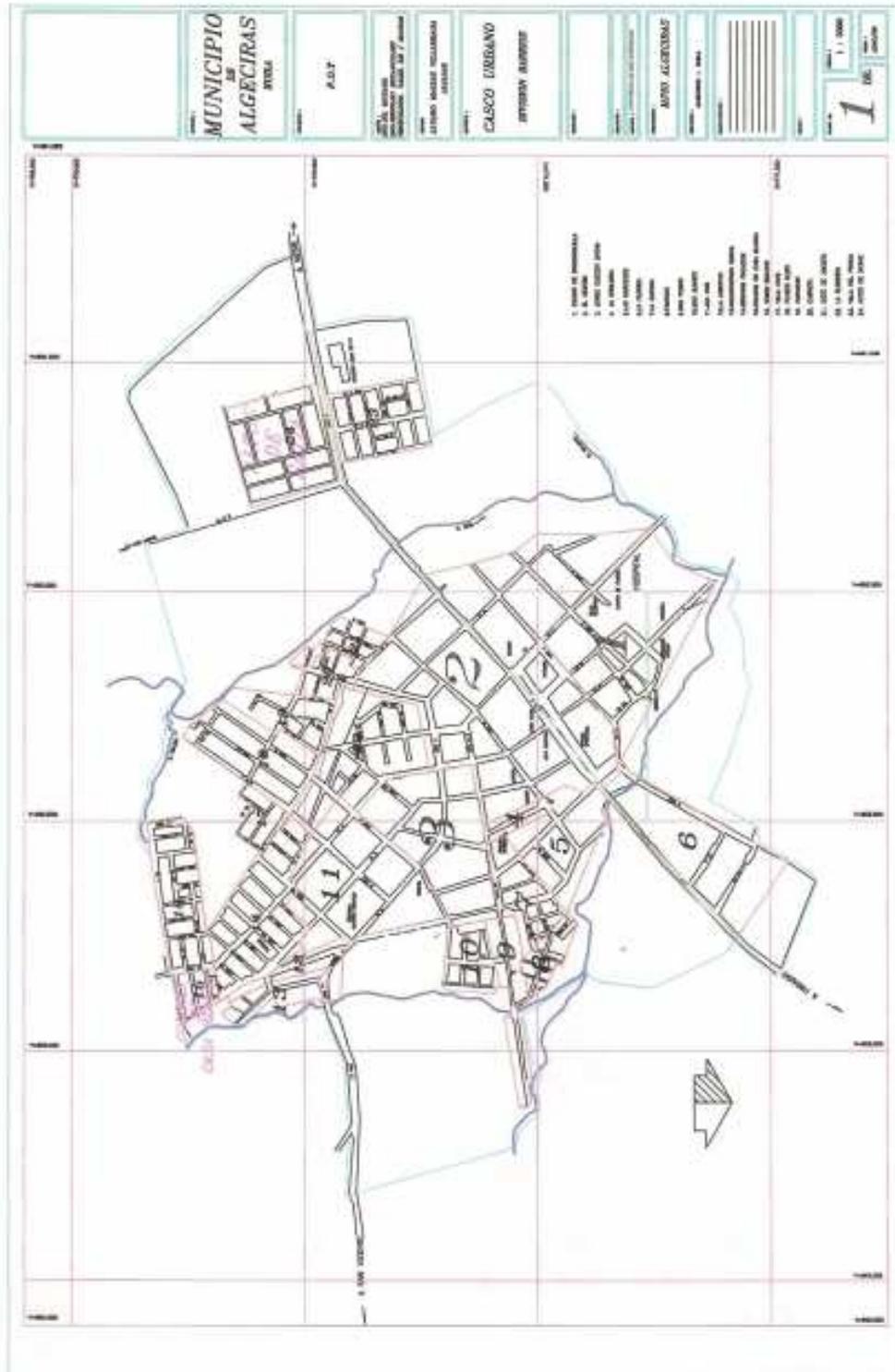
MODALIDAD	No.
Televisión Abierta o Radiodifundida	
CANALES ABIERTOS DE OPERACIÓN PÚBLICA	3
CANALES INSTITUCIONALES	2
CANALES MIXTOS	1
CANALES REGIONALES DE OPERACIÓN PÚBLICA	5
CANALES DE OPERACIÓN PRIVADA	2
CANALES LOCALES	47
CANALES LOCALES CON ANIMO DE LUCRO	1
Televisión Cerrada	
OPERADORES DE TELEVISION POR SUSCRIPCION CABLEADA	54
SPECTRUM STRATEGY CONSULTANTS	2
OPERADORES DE TELEVISION POR SUSCRIPCION SATELITAL	0
OPERADORES DE TELEVISION COMUNITARIA	647
TOTAL	764

Fuente: Comisión Nacional de Televisión

Anexo C. Mapa General del municipio de Algeciras.



Anexo D. Mapa Zona Urbana; Cobertura de la Señal del Canal Comunitario.



Anexo E. Matriz de Actores Municipio de Algeciras.

	PROCESOS	PROBLEMAS	EJES	ALTERNATIVAS
ECONOMÍA Agrarios , Comercial, Industriales , Otros				
POLÍTICA Movimientos Social, Partidos , Admón., Participación				
SOCIEDAD Clases, Estratos, Tejidos Comunicativos				Desde la COMUNICACIÓN Encontrar alternativas
MEDIO AMBIENTE Lugar				
EDUCACIÓN Cobertura, Pertinencia				

Anexo G. Formato de encuesta aplicada de forma aleatoria a 112 personas en los barrios de la zona urbana del municipio de Algeciras, para determinar el conocimiento de la comunidad respecto de su municipio, lugares veredas, sitios turísticos, personajes y nivel de comunicación entre comunidad y administración municipal, de acuerdo con categorías de sexo y edad. El estudio se realizó del 15 al 23 de marzo de 2007

**ENCUESTA MUNICIPIO DE ALGECIRAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
PRACTICA PROFESIONAL**

INSTRUCCIONES: Lea con atención las preguntas y complete o marque con una (x) la alternativa que prefiera.

NOMBRE: _____ **EDAD:** _____

OCUPACION: _____

Sexo: Masculino ___ Femenino ___

1. ¿Sabe usted cuantas veredas y barrios tiene Algeciras? _____

2. ¿Sabe cuales son los sitios turísticos de su municipio? _____

3. ¿Si tuviera que presentar a su municipio como lo describiría? _____

4. ¿Sabe usted cuales son los principales personajes de su municipio?

5. ¿Que sitios del sector rural ha visitado o conoce? _____

6. ¿Que comunicación tiene con los funcionarios o el Alcalde Municipal? _____

7. ¿Le gustaría conocer que los medios locales mostraran el municipio en sus programas? _____

8. Que sitios del municipio le gustaría que se visibilizaran a través de los medios?

9. Se siente estigmatizado como violento por vivir en Algeciras

Anexo H. Encuesta N° 2. Se encuestó a funcionarios de la Alcaldía, Hospital, Docentes, y Presidentes de las JAC, organizaciones Sociales, Instituciones educativas; sobre el concepto que tienen de comunicación, cómo se comunican los habitantes, cuáles son sus necesidades comunicativas y como proyectan el canal de televisión local.

**ENCUESTA MUNICIPIO DE ALGECIRAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA**

INSTRUCCIONES: Lea con atención las preguntas y complete o marque con una (x) la alternativa que prefiera.

NOMBRE: _____ **CARGO/OCUPACION:** _____
INSTITUCION, BARRIO O VEREDA QUE REPRESENTA O DEONDE TRABAJA _____
No.Celular _____ **fecha de Nacimiento** _____

Sexo: Masculino _____ Femenino _____

Edad

	12 – 18
	19 – 25
	26 – 35
Mayor	de 35

1. Nivel Educativo

Primaria Completa _____	Bachillerato Completo _____
Incompleta _____	Incompleto _____
	Universitario _____
	Otros _____

2. De las siguientes opciones determine una o varias que usted realiza:

Asalariado _____
 Independiente _____
 Desempleado _____

3. De las siguientes opciones determine una o varias ocupaciones que usted realiza:

Campesino _____	Padre de familia _____
Líder Comunitario _____	Padre de familia _____
Estudiante _____	Empleado publico _____
Ama de Casa _____	Otro. ¿Cual? _____
Docente _____	

4. Que medio de comunicación emplea más.

Radio _____	Revistas _____
Televisión _____	Internet _____
Periódico _____	Otro. Cual? _____

5. A través de que forma o medio se entera de lo que sucede en su comunidad

Radio _____	Carteles _____
Televisión _____	A través de comentarios _____
Periódico _____	

6.

De que manera se entera usted de las actividades que realiza la Administración Municipal.

Radio	___	Carteles	___
Televisión	___	A través de comentarios	___
Periódico	___	No se entera	___

7. Se siente usted participe de las actividades, programas y procesos de desarrollo del municipio.

SI ___ NO ___

Porque? _____

8. A través de cual medio le gustaría enterarse de las actividades del municipio. ¿Porque?

9. ¿Para que creer que debe servir el canal de televisión local?

10. ¿Entregaría la información a su comunidad a través del canal local?

¿Por qué? _____

11. ¿Cómo debe ser el Canal en 10 años?

12. ¿Qué temas debe tratar el Canal?

13. ¿Participaría usted en la realización de los programas que emita el Canal? SI ___ NO ___

14. ¿En la realización de que programa le gustaría participar?

Noticieros	___	Política	___
------------	-----	----------	-----

Programas Comunitarios	___	Educativos	___
------------------------	-----	------------	-----

De Salud	___	Cultura	___
----------	-----	---------	-----

Deportivos	___	Infantiles	___
------------	-----	------------	-----

¿Otros? ¿Cuáles? _____

Anexo I. Fragmento del entrevista a Álvaro Espitia, Presidente del comité departamental de Cafeteros.

<p style="text-align: center;">ALVARO ESPITIA</p>	<p>“la comunicación, sobre todo en un municipio como Algeciras debe procurar unir a la gente, pero sobre todo educarla en cuanto a la vida misma. Las personas pueden tener muchas habilidades, o estudios pero muy pocas conocen como convivir y como abordar a sus vecinos, como superar las diferencias. En la medida en que logremos concertar ideas, entender los problemas y la situación de los demás, la situación será muy distinta en éste lugar”</p>	<p>Álvaro Espitia es un líder campesino del municipio de Algeciras que a través de su trabajo y gestión ha podido llegar al comité departamental de Cafeteros representando en la actualidad a los cinco municipio de la zona norte del Huila, su responsabilidad y constancia le permiten tener el apoyo popular del campesinado Algecireño.</p>	<p style="text-align: center;">1.12”</p>
<p style="text-align: center;">CONCLUSION</p>	<p>La visión de uno de los lideres campesinos más importantes de Algeciras destaca la importancia de abordar a la comunidad en un proceso de acompañamiento y educación en el propósito de mejorar las condiciones de convivencia y respeto.</p>		

Anexo J. Matriz de conceptos, según entrevistas realizadas al Presidente del Comité Departamental de Cafeteros, 2 presidentes de JAC, 1 funcionario de la Administración municipal, los días 5 y 6 de marzo de 2010.

MATRIZ DE CONCEPTOS PARA LA TRIANGULACIÓN DE INFORMACIÓN

	COMUNICACIÓN	PARTICIPACION	CONCERTACION
CONCEPTO OPERATIVO	<p>Es la Capacidad que tienen las personas para dar a conocer una información. La comunicación se entiende como un proceso donde los seres humanos, a través de la interacción, se expresan, tejen relaciones, construyen colectivamente propuestas y unifican criterios.</p>	<p>Es La vinculación de todos los hombres y mujeres que quieran implicarse en los problemas que les afectan, aportando puntos de vista, inquietudes y soluciones. Este proceso entre actores sociales genera ciudadanía y mayor conciencia de los derechos y deberes. Produce además la toma de decisiones en colectivo con el fin de mantener, reformar o transformar los sistemas vigentes de organización social y política. Supera la queja o la expresión de opiniones, pasa por la planeación colectiva del desarrollo y se cristaliza en el involucramiento durante su ejecución.</p>	<p>Proceso que persigue la interrelación de actores y la construcción de consensos, para lograrlo se requiere de procedimientos y estrategias, de espacios concebidos y diseñados de tal modo que permitan procesar adecuadamente los conflictos y las diferencias y, sobre todo, generar sinergias y obtener resultados que den legitimidad al proceso no solo entre los actores mas comprometidos sino entre el conjunto o la mayoría de la comunidad, en la medida que ella experimente, que a través de ese proceso se expanden sus capacidades.</p>
EJEMPLO			