



Guía practica para hacer de la radio institucional un
medio que logre la desmovilizacion de grupos
armados ilegales

Sandra Yanet Gomez Penagos
Margarita Maria Quiroga Vargas

Trabajo de grado para optar al título profesional:
Curso de Información Militar (CIM)

Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto"
Bogotá D.C., Colombia

355.29

E 653

**GUÍA PRÁCTICA PARA HACER DE LA RADIO INSTITUCIONAL UN MEDIO
QUE LOGRE LA DESMOVILIZACIÓN DE GRUPOS ARMADOS ILEGALES**

Mayor SANDRA YANET GÓMEZ PENAGOS

Mayor MARGARITA MARIA QUIROGA VARGAS

**FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
ESCUELA SUPERIOR DE GUERRA**

2012

**GUÍA PRÁCTICA PARA HACER DE LA RADIO INSTITUCIONAL UN MEDIO
QUE LOGRE LA DESMOVILIZACIÓN DE GRUPOS ARMADOS ILEGALES**

**Mayor SANDRA YANET GÓMEZ PENAGOS
Mayor MARGARITA MARIA QUIROGA VARGAS**

TRABAJO DE GRADO

DIRECTOR TEMÁTICO

**FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA
COMANDO GENERAL DE LAS FUERZAS MILITARES
ESCUELA SUPERIOR DE GUERRA
CURSO DE INFORMACIÓN MILITAR
"CIM2012"
BOGOTA, D.C.
2012**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS

La culminación de esta trabajo de grado tiene un profundo significado y es reconocer que siempre habrá esperanza, cuando se cree que se ha perdido todo, la luz del la verdad brilla bajo el amparo del espíritu firme y que me guía **Dios**, sin su bendición este logro no sería realidad.

Sin lugar a dudas, no puedo dejar de agradecerles a las personas más importantes, que ha formado parte de mi vida personal y profesional, ellos son mis padres y mis hermanos, pero sin duda alguna a mi esposo Miguel Ángel, quien siempre guardo la esperanza entre la tristeza y la alegría, su paciencia y sabios consejos, su amor, amistad, y compañía me ánimo a tener la fortaleza para cumplir el anhelo de tener el éxito.

Este logro también compartido con la Mayor Margarita Quiroga, subalterna y compañera de trabajo, como con la Doctora Luz Martha Melo, a quien le agradezco muy profundamente y de forma sincera su valiosa colaboración en todo el proceso de elaboración de la Tesis, y su compromiso profesional para con nosotras, el cual permitirá alcanzar un peldaño más en la carrera militar.

CONTENIDO

1.	OBJETIVO GENERAL	
1.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
	INTRODUCCIÓN.....	1
	CAPÍTULO I	
2	ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA RADIO A NIVEL MUNDIAL....	3
2.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA RADIO EN COLOMBIA.....	5
2.2	ANTECEDENTES HISTÓRICOS EMISORAS DEL EJÉRCITO.....	9
2.3	EMISORAS DE INTERES PÚBLICO.....	11
2.4	MARCO NORMATIVO.....	13
2.5	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y TÉCNICAS.....	15
	CAPÍTULO II	
3.	CONFORMACIÓN DEL MEDIO INSTITUCIONAL.....	16
3.1	MATERIAL HUMANO.....	18
3.1.1	PERSONAL PROFESIONAL.....	19
3.1.2	PERSONAL PERIODÍSTICO.....	20
3.1.3	LOCUTOR-CONTROL.....	21
	CAPÍTULO III	
4.	ELEMENTOS DE LA RADIO APLICADOS A LOS PROCESOS DE DESMOVILIZACIÓN.....	22
4.1	GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA COMUNICACIÓN RADIAL.....	24
4.2	ESTRATEGIA DE PROGRAMACIÓN.....	26
4.3	FORMATOS PARA HACER LLEGAR EL MENSAJE.....	30
4.4	ASPECTOS DE LA RADIO EN EL MARCO DEL GRUPO DE ATENCIÓN HUMANITARIA AL DESMOVILIZADO.....	32
	CAPÍTULO IV	
5.	CONCLUSIONES.....	34
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	35
7.	LISTA DE FIGURAS.....	36
8.	ANEXOS.....	37

OBJETIVOS

1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar una guía escrita para el uso adecuado de la radio institucional, que motive a quienes hacen parte de las organizaciones al margen de la ley a que dejen las armas y obtengan los beneficios estatales.

1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.2.1. Generar mediante conceptos teóricos, elementos de la comunicación radial para el manejo adecuado de los medios institucionales teniendo como principal finalidad la desmovilización.

1.2.2. Brindar herramientas de comunicación, géneros periodísticos (entrevista, reportaje, crónica) para informar, persuadir y comunicar, de acuerdo a los objetivos de la Institución, en el marco del programa de desmovilización.

1.2.3. Hacer uso de los elementos disponibles como mensajes, cuñas y desarrollar capacidades intelectuales que permitan al personal que se desempeña en las emisoras institucionales, utilizar un idóneo lenguaje radial.

2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué medio escrito existe para el uso adecuado de la radio institucional, que sirva de texto de consulta frecuente y guía por parte de la Institución, para lograr que de manera voluntaria los integrantes de las organizaciones al margen de la ley se entreguen y reciban los beneficios del Grupo de Atención Humanitaria al Desmovilizado?

3. PLANTEAMIENTO

Con base en testimonios de ex integrantes de las Farc¹ y del Eln² que han dado el paso a la libertad, y reciben los beneficios del Grupo de Atención Humanitaria al

¹ Farc: La sigla FARC es aquella que se utiliza para designar a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, una asociación paramilitar ilegal y no reconocida por el Estado colombiano, con una ideología marxista-leninista que se

Desmovilizado del gobierno nacional, el papel de la radio y sus mensajes, es fundamental para alcanzar los fines de creación de los medios institucionales. Para ello se hace necesario trazar una directriz y formular criterios concretos desde el manejo del lenguaje y con incidencia de conceptos académicos, tecnológicos, incluso soportados en la psicología de quienes hacen parte del conflicto.

En ocasiones la misión se ve disminuida por distintas incidencias, por lo que se hace vital brindar instrucciones e información precisas para los tres blancos de audiencia, (propias tropas, enemigo y población civil).

Durante el desarrollo de la investigación se pretende establecer que en las Unidades Operativas Mayores, Menores y Tácticas, en general, no existe una directriz trazada que sirva de normatividad obligada para que se utilice como mecanismo eficaz en la búsqueda del cumplimiento de ese claro objetivo.

4. JUSTIFICACIÓN

La Institución Militar debe tener unas políticas claras, precisas, pero sobre todo efectivas para alcanzar los objetivos por las cuales fueron creadas las emisoras institucionales.

Teniendo en cuenta que el Ejército Nacional ha visto la necesidad de emplear los medios de comunicación, en el caso concreto la Radio, como una herramienta para acercarse a los protagonistas del conflicto armado y valorar el impacto proveniente de las campañas institucionales³ como medio principal tendiente a

especializa en el secuestro, tortura y extorsión de personas tanto colombianas como extranjeras. Disponible en Internet <http://www.definicionabc.com/historia/farc.php> . [citado el 16 de julio de 2012].

² Eln: Ejército de Liberación Nacional. "El nacimiento del ELN estuvo inspirado en la Revolución Cubana de 1959 y fue en ese país donde, en 1962, seis estudiantes colombianos que viajaron a la isla becados por el gobierno de Fidel Castro fundaron la Brigada José Antonio Galán, núcleo de ese movimiento. Su líder era Fabio Vásquez Castaño. En julio de 1964 comenzó la marcha guerrillera del ELN, encabezada por los hermanos Marco, Antonio y Fabio Vásquez Castaño, sólo eran 18 los combatientes. El 7 de enero de 1965, el grupo insurgente atacó el municipio de Simacota, en Santander, allí presentaron un manifiesto a través del cual explicaron los motivos de su lucha armada" Disponible en Internet: <http://www.colombia.com/actualidad/especiales/eln/histora.asp> . [citado el 22 de julio de 2012]

³ Plan de Campaña 'Espada de Honor'. En: Revista Ejército N° 160. Agosto 2012. "...Para el desarrollo del diseño del Plan de Campaña 'Espada de Honor', el CREI partió de la base de estudiar la Política Integral de Defensa y Seguridad para la Prosperidad, el Plan del Comando General, los Planes de Campaña de cada una de las Fuerzas y el Plan Estratégico de la Policía Nacional...

... De esta forma, los acelerantes se constituyen como un apoyo fundamental para el Plan de Campaña 'Espada de Honor' destinados a cumplir la consolidación de las áreas y la disminución del accionar de los grupos armados al margen de la ley.

El primero de ellos, es el Grupo Asesor de Campaña, GAC, el cual tiene como función principal asesorar al Comandante de la División en cuatro tareas fundamentales. La primera en la desmovilización y prevención de reclutamiento; la segunda en materia de consolidación de Acción Integral; la tercera en Defensa Institucional, y la cuarta en Comunicación Estratégica..."

lograr la desmovilización de los integrantes de los grupos armados ilegales, así como el apoyo o complemento del programa de dejación de armas promovida por el Estado.

Mediante el presente proyecto se debe analizar la importancia de esta inversión estatal, los alcances de esta herramienta, pero sobre todo brindar una serie de conocimientos soportados en elementos académicos, formatos periodísticos, entre otros sustentos de comunicación, que busca ser puestos al aire para llegar a unas audiencias con características definidas como es la población que integra las organizaciones armadas al margen de la ley. El fin último es lograr que todos los estamentos castrenses consulten y apliquen el derrotero trazado del medio de radiodifusión con el objeto de que los violentos acaten los llamados de motivación para seguir el proceso de desmovilización.

RESUMEN

El presente documento tiene como finalidad brindar herramientas, por medio del producto final la Guía Práctica a quienes tienen la responsabilidad de la dirección, locución y control de las emisoras del Ejército Nacional, además del compromiso de utilizar correctamente los medios de los que disponen técnicos y humanos, mejorando, dinamizando y proyectando sus habilidades y actitudes en el campo de la comunicación radial, incentivando e incrementando los índices de desmovilización de los grupos armados al margen de la ley.

Asimismo, brindar información general de la radio de interés público e institucional, en donde se pauta la importancia del medio como apoyo en la planeación, difusión de los éxitos operacionales y el compromiso de los hombres en el campo de la defensa y preservación de los Derechos Humanos en el proceso de desmovilización, como también un medio para influir positivamente en la vida de los colombianos, con la difusión de mensajes, programas y cuñas en donde los valores y principios son el contenido principal de una programación que tiene como fin fortalecer y dar legitimidad a nuestra Institución.

ABSTRACT

This document's purpose is to give guidelines, to those who have the responsibility of the direction, broadcasting and control of the Colombian Army's radio stations. And promote the compromise to give a right use of the technical and human means available for them. Improving and projecting their abilities and attitudes on the radial communications field. Enforcing and increasing the desmovilization processes on outlaw groups.

Also, to give general radial information with public and institutional interest. Where can be remarked the importance of this mean as support in logistical planning, operational successes difusion and the compromise of men that belong to the defense and preservation of human rights on desmovilization processes field. It also works as a mean to positively influenciante colombian people's lives with the radio shows difusion, and slogans where moral, ethical values and principles are the main content on a programation that has as a goal to strenghten and legitimize our institution.

ESCUELA SUPERIOR DE GUERRA



ESDEGUE-SIIA-CEESEDEN

RESUMEN ANALÍTICO EJECUTIVO - RAE

1. IDENTIFICACION

1.1 Título

Guía práctica para hacer de la radio institucional un medio que logre la desmovilización de grupos armados ilegales

1.2 Autor(es)

Mayor Sandra Yanet Gómez Penagos
Mayor Margarita María Quiroga Vargas

1.3 Nombre del Tutor(a)

Nataly Ortegón Cáceres

1.4 Programa

Curso de Información Militar 2012

1.5 Área de énfasis

Señalar el núcleo temático al que pertenece el trabajo, dentro de la línea macro de "Seguridad y Defensa Nacionales"

1.6 Institución a la cual se presenta el trabajo

Escuela Superior de Guerra-ESDEGUE

1.7 Lugar y fecha de edición

Bogotá, Septiembre de 2012

1.8 Número de páginas

Total páginas: 53

2. ANÁLISIS

2.1 Palabras claves o descriptores

Estrategia de Comunicación, emisora, locutor, cuña radial, mensaje, emisión

2.2 Resumen o descripción breve del trabajo

El presente documento tiene como finalidad brindar herramientas, por medio del producto final la Guía Práctica a quienes tienen la responsabilidad de la dirección, locución y control de las emisoras del Ejército Nacional, además del compromiso de utilizar correctamente los medios de los que disponen técnicos y humanos, mejorando, dinamizando y proyectando sus habilidades y actitudes en el campo de la comunicación radial, incentivando e incrementando los índices de desmovilización de los grupos armados al margen de la ley.

Asimismo, brindar información general de la radio de interés público e institucional, en donde se pauta la importancia del medio como apoyo en la planeación, difusión de los éxitos operacionales y el compromiso de los hombres en el campo de la defensa y preservación de los Derechos Humanos en el proceso de desmovilización, como también un medio para influir positivamente en la vida de los colombianos, con la difusión de mensajes, programas y cuñas en donde los valores y principios son el contenido principal de una programación que tiene como fin fortalecer y dar legitimidad a nuestra Institución

2.3 Contenido

En el capítulo inicial se describen los antecedentes históricos de la radio en Colombia así como de la institucional, las emisoras de Interés Público y su marco legal hasta llegar a las emisoras llamadas itinerantes o móviles que buscan acceder a todos los rincones del territorio colombiano. Adicionalmente, se dará información sobre los requerimientos técnicos y físicos, teniendo como fin acceder a todos los espacios geográficos, a pesar de las dificultades en distancias y en cubrimiento.

En el capítulo siguiente se especificarán los elementos requeridos para llevar a cabo el proceso informativo, y de motivación fundamentados en el material humano y todas las tipologías de aquellos que entran a hacer parte del medio radial.

El tercer capítulo abordará directamente los beneficios del Programa Estatal de Desmovilización, y cómo se aplica la radio para lograr el objetivo, a la par con una programación estratégicamente elaborada mediante mensajes específicos, y contando con los géneros periodísticos, principalmente, el uso de la entrevista a aquellos que cumplieron con el proceso de desmovilización.

Por último el trabajo resumirá las bases concretas, informativas y de permanente consulta, las cuales enuncian una serie de instrucciones y lineamientos para el personal activo en las unidades militares que cuentan con el medio radial y de donde sale el mensaje propuesto para lograr persuadir hacia la desmovilización a los miembros de los grupos armados al margen de la ley.

2.4 Metodología

Línea de educación militar, liderazgo y doctrina

2.5 Conclusiones y recomendaciones del trabajo

1. En el momento crucial en que se desarrolla el conflicto se hace necesario el adecuado manejo de las Emisoras de las Ejército, por parte del personal militar y civil que tienen la responsabilidad de crear mensajes acordes a la estrategia del Plan de Campaña y los lineamientos del MDN, que incidan psicológicamente a los grupos armados al margen de la ley para con ello incentivar su desmovilización.

2. La radio es el mejor canal de enlace con el que cuenta la Fuerza para llegar a la población en general y es una herramienta que aumenta nuestro poder de combate.

3. Es necesario entender y no desconocer la función social, administrativa y técnica, así como la normatividad existente para las emisoras de interés público con el fin de incentivar a los miembros de los GAOML a desmovilizarse y aprovechar de los beneficios propuesto por el Gobierno Nacional acorde con el Programa de Atención Humanitario al Desmovilizado.

4. Gran parte del éxito en el manejo de las emisoras del Ejército reside en la manera en que se usan las herramientas de las que dispone la Fuerza y en la capacidad para innovar y crear procesos comunicativos que lleguen a los diferentes públicos objetivos.

2.6 Fuentes Bibliográfica

- Revista Ejército N° 160. Agosto 2012.
- Revista Ejército N° 157. Diciembre 2011 - Enero 2012.
- Resolución Ministerial No. 0722.

- TOMASI WAYNE. Pearson. Sistema de comunicaciones electrónicas. Cuarta edición.
- LLERAS. Cristina. Documentos de historia y textos. Arte, política y crítica. Politización de la mirada estética.
- MERAYO, Arturo. La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva.
- Constitución Política de Colombia.
- Ley 80 de 1993. Diario Oficial No. 41.094 de 28 de octubre de 1993.
- Decreto 1021 de 1999. Diario Oficial N°. 43611 de 23 de junio de 1999.
- Resolución 415 de 2010. Diario Oficial No. 47.685 de 19 de abril de 2010.
- Resolución 415 de 2010. Diario Oficial No. 47.685 de 19 de abril de 2010.
- <http://www.reintegracion.gov.co/Es/ACR/Paginas/resena.aspx>.
- <http://www.diariodeorizaba.com/manualdeestilo/>.
- <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/index.html>.
- <http://www.cienciafacil.com/paghistoriaradio.html>.
- http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=radio.

INTRODUCCIÓN

Desde el momento en el cual se tuvo la necesidad de tener un medio de comunicación propio, que fuera un factor decisivo en el rigor de la guerra, las emisoras del Ejército Nacional, cumplieron y siguen cumpliendo un imperioso papel como es lograr penetrar en tres blancos de audiencia (propias tropas, población civil y el enemigo) que están claramente definidos e identificados en el marco de la actual estrategia del conflicto.

Mediante esta inversión radial en todo el país, se llega a la población civil, a las propias tropas y al objetivo, que para el tema que abordaremos es determinante el enemigo quien espera recibir los beneficios estatales por dar el paso a la libertad, pero que para hacerlo necesita permanente información sobre los alcances del Alto Gobierno, en cuanto a los beneficios del Grupo de Atención Humanitaria al Desmovilizado.

Manteniendo un contacto directo con aquellos que han vivido ese proceso, se evidencia el alcance de la radio institucional, no solo para informar, sino también para motivar a dar ese paso trascendental en la búsqueda de la paz.

Si bien para la Institución es un mecanismo necesario para debilitar el enemigo, se ha precisado trazar unos derroteros concretos con parámetros exactos que lleven a delinear manejos precisos del lenguaje, de la mano con análisis psicológicos para llegar al cumplimiento de los objetivos. Por lo tanto se ha considerado necesaria la elaboración de una GUÍA PRÁCTICA, para lo cual se tomaron los siguientes aspectos que consideramos necesarios:

En el capítulo inicial se describen los antecedentes históricos de la radio en Colombia así como de la institucional, las emisoras de Interés Público y su marco legal hasta llegar a las emisoras llamadas itinerantes o móviles que buscan acceder a todos los rincones del territorio colombiano. Adicionalmente, se dará información sobre los requerimientos técnicos y físicos, teniendo como fin acceder a todos los espacios geográficos, a pesar de las dificultades en distancias y en cubrimiento.

En el capítulo siguiente se especificarán los elementos requeridos para llevar a cabo el proceso informativo, y de motivación fundamentados en el material humano y todas las tipologías de aquellos que entran a hacer parte del medio radial.

El tercer capítulo abordará directamente los beneficios del Programa Estatal de Desmovilización, y cómo se aplica la radio para lograr el objetivo, a la par con una programación estratégicamente elaborada mediante mensajes específicos, y contando con los géneros periodísticos, principalmente, el uso de la entrevista a aquellos que cumplieron con el proceso de desmovilización.

Por último el trabajo resumirá las bases concretas, informativas y de permanente consulta, las cuales enuncian una serie de instrucciones y lineamientos para el personal activo en las unidades militares que cuentan con el medio radial y de donde sale el mensaje propuesto para lograr persuadir hacia la desmovilización a los miembros de los grupos armados al margen de la ley.

2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA RADIO A NIVEL MUNDIAL

“Cuando el siglo XX abandona definitivamente su adolescencia y empieza a saborear las delicias de esa preciada etapa de la vida que es la juventud, la radio, un medio del que los españoles de a pie tan solo habían oído hablar, irrumpe en nuestro país. Sucedió en la década de los 20 y, por entonces, nadie podía imaginar que aquella incipiente y nueva forma de comunicarse entre los hombres se convirtiera, con el paso del tiempo, en una caja de sonidos que acabara informándonos, entreteniéndonos, educándonos, acompañándonos en nuestros viajes, despertando nuestra imaginación, haciéndonos reír, llorar, cantar...”⁴

En un principio no existió ninguna forma de comunicación diferente a las cartas, los escritos y los periódicos, entre otros, sin embargo la historia de la radio se remonta a principios del siglo XIX cuando Alessandro Volta invento un aparato o pila capaz de producir electricidad, llamado entonces pila Voltáica y como resultado de ello se construyeron los primeros telégrafos.

Ya en 1840 Samuel Morse dio vida al código Morse, un código que por medio de una combinación de puntos y rayas podía transmitir cualquier mensaje; y en 1875 Graham Bell da origen a la telefonía a través de un cable que podría propagar el mensaje, posteriormente Heinrich Hertz logró la medición de las ondas electromagnéticas lo que como resultado dio origen al primer receptos de radio.

“En 1884 Calzecchi Onesti descubrió la conductibilidad eléctrica que toman las limaduras de hierro en presencia de las ondas electromagnéticas, o sea de las ondas hertzianas

El francés Branly, en 1890, construyó su primitivo *choesor* (cohesor), que permitía comprobar la presencia de ondas radiadas, es decir de *detectarlas*, y que sería utilizado por todos los investigadores que entonces querían la comunicación sin hilos (sin cables).

El ruso Popov (1859-1905) encontró el mejor sistema para radiar (enviar) y captar las ondas: *la antena*, constituida por hilo metálico.

El oscilador de Hertz, el detector de Branly y la antena de Popov eran, pues, los tres elementos indispensables para establecer un sistema de radiocomunicación,

⁴ Gobierno de España. Ministerio de Educación. [citado el 22 de julio de 2012] Disponible en Internet: <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/index.html>.

pero era necesario también constituir un conjunto que pudiese funcionar con seguridad para tener aplicaciones comerciales”⁵.

Pero es claro que para poder hablar de la radio es necesario saber qué significa, por ello la Real Academia de la lengua la define como “f. radiodifusión” y a su vez radiodifusión como “1. f. Emisión radiotelefónica destinada al público. /2. f. Conjunto de los procedimientos o instalaciones destinados a esta emisión. /3. f. Empresa dedicada a hacer estas emisiones.”⁶

De otra parte varios textos nos definen la radio como “La propagación de las ondas electromagnética por el espacio libre se suele llamas propagación de radiofrecuenta (RF), o simplemente radio propagación...

Las ondas de radio son ondas electromagnéticas y, como la luz, se propagan a través del espacio libre en línea recta y con velocidad de 300.000.000 metros por segundo...”⁷

Ahora bien la finalidad con la que se creó la radio fue de utilidad comunicativa. De ahí que se usara, en un primer momento, como comunicación interpersonal hasta convertirse en lo que hoy día es: comunicación de masas. Lo que permitió que se desarrollara en sus inicios durante la I Guerra Mundial donde sirvió de apoyo a la marina mercante y la aviación y ello significó el triunfo de la comunicación al servicio, utilidad y aplicación de los ejércitos del mundo.

⁵ Historia de la radio. Una mirada retrospectiva. [citado el 15 de julio de 2012] Disponible en Internet: <http://www.cienciafacil.com/paghistoriaradio.html>.

⁶ Real Academia de la Lengua. [citado el 15 de julio de 2012] Disponible en Internet: http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=radio.

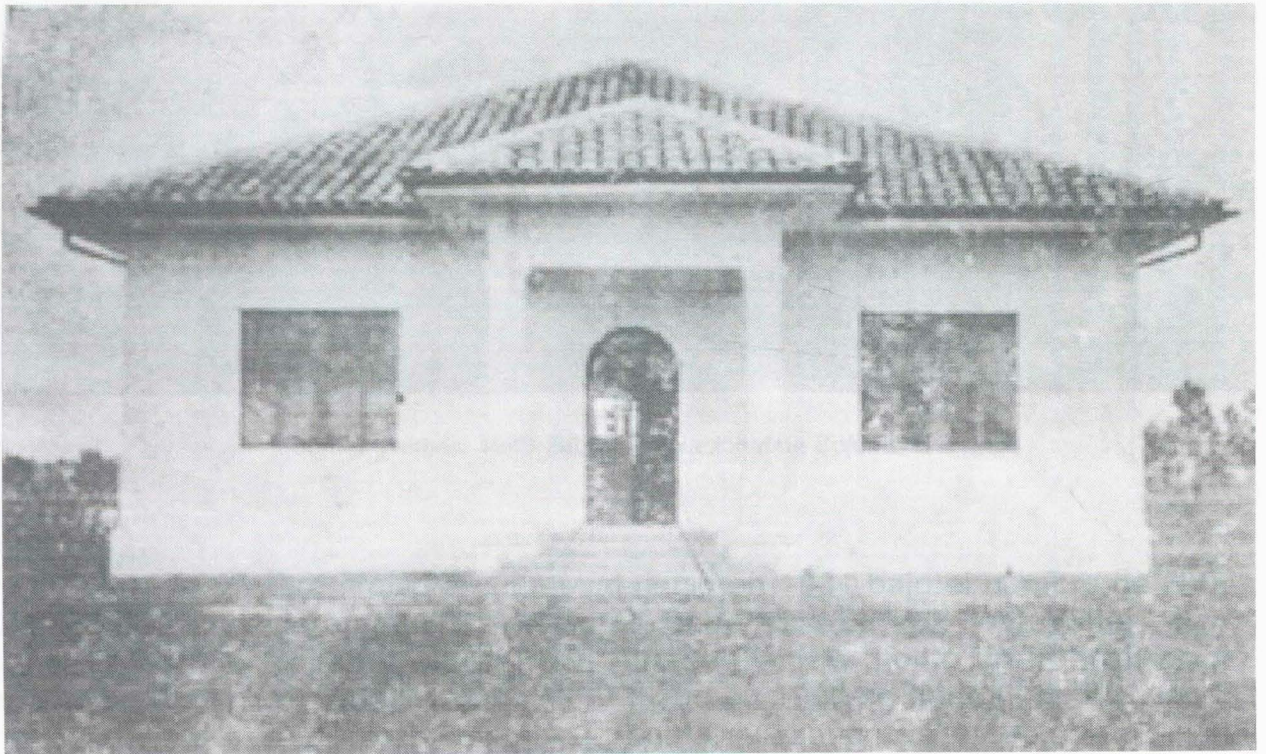
⁷ TOMASI WAYNE. Pearson. Sistema de comunicaciones electrónicas. Cuarta edición. Educación de México, 2003. Pág. 347.

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA RADIO EN COLOMBIA

En Colombia la aparición de la radio significó la posibilidad de conocer, informarse y servir de soporte a aquellos que por factores económicos no tenían la posibilidad de adquirir una televisión (1948) o que por sus condiciones particulares (físicas, analfabetismo, trabajo) se les dificultaba contar con cualquier otro medio de información.

En 1929 el presidente Miguel Abadía Méndez inauguró la primer radiodifusora llamada HJN, la cual posteriormente se conoció como “la voz de Barranquilla”

Figura N° 1. Edificio principal de la estación radiodifusora de la HJN en Puente Aranda. *Chapinero, 1929. Biblioteca Nacional de Colombia*



Fuente: Revista Credencial Historia. (Bogotá - Colombia). Edición 186. Junio de 2005

Figura N° 2. El presidente Eduardo Santos pronuncia su discurso de inauguración de la Radiodifusora Nacional desde los modernos estudios de la carrera 17 con calle 26.



Fuente: Cromos. 1940. Biblioteca Nacional de Colombia.

Por su parte la primera emisora comercial nació en 1931 bajo el nombre de HKF. Después de ello nacieron muchas emisoras, entre ellas "La Voz de la Víctor", cuyo dueño fue Manuel Gaitán y en Medellín Alfredo Daniels montó un transmisor de onda corta, el cual se conoció como HKO y que en 1935 se denominó "La Voz de Antioquia; en la casa de Julio Bernal en Bogotá, funcionó desde 1932, la emisora "Radio Santa Fé; también nació "Colombia Broadcasting" de los hermanos Alford, y en 1935 se llamó "Emisoras Nueva Granada; en Cali se originó "La Voz del Valle", en Bucaramanga "Santander Broadcasting".

Posteriormente se llamó "Radio Santander" y dio pie al nacimiento de "Radio Bucaramanga" y finalmente en 1933 se funda en Cúcuta "La Voz de Cúcuta". El fin de todas ellas era leer las noticias en los diarios, solamente doce horas después de haber sido publicadas porque por su inmediatez y agilidad hacía que la prensa escrita perdiera circulación y venta. Con el paso del tiempo y la profesionalización,

organización y visión empresarial de los dueños de las emisoras se empezaron a transmitir encuentros deportivos en vivo y programas especiales como series, novelas radiales y acontecimientos importantes.

Ya en 1935 con la caída de Scadta en Medellín donde falleció el cantante de tango Carlos Gardel, la radio adquirió un enfoque diferente dando origen al radio periodismo. Y en 1936 fruto de la violencia bipartidista se censuró la radio para difundir noticias política o económicas que resquebrajaran el sentir de los oyentes “Durante el gobierno de Laureano Gómez la censura se agudizó. Como lo señala John Martz, A medida que los anillos de la dictadura se estrechaban sobre el cuerpo político, la coacción y las restricciones se tornaban mas manifiestas. La lucha de las guerrillas rurales llevaba a una represión progresiva, se extendía el uso directo de la fuerza, y la censura de prensa se convirtió en un valioso instrumento del régimen. Cuando Roberto Urdaneta fue encargado de la presidencia, las restricciones continuaron, fundamentadas en la violencia extendida por el país. La censura se extendió a la radio, en la que no se podían difundir artículos de opinión, sino solo noticias previamente aprobadas por los censores.”⁸

De esa forma la radio adquirió gran importancia y en 1948 tras el asesinato de Jorge Eliecer Gaitán se desataron hechos que obligaron a las estaciones de radio a entretener y orientar a las personas sobre la situación que se empezó a vivir en la capital y que desencadenó en una violencia colectiva a nivel nacional. “El radio periódico “Últimas Noticias”, de orientación gaitanista, transmitido por La Voz de Bogotá, dio al país la noticia del asesinato de Gaitán a la una de la tarde. Minutos después, varios grupos periodísticos de ideología liberal como la del caudillo asesinado, tomaron los estudios de la emisora Nueva Granada y obligaron al equipo de trabajo a seguir transmitiendo los detalles de lo que comenzaba a suceder en las calles de la capital”.⁹

“políticos de izquierda tomaron los micrófonos de las emisoras de la capital y aprovecharon la situación para generar el caos que a su vez desencadenaría los terribles actos de violencia que caracterizaron este episodio de la historia colombiana. Iguales hechos se registraron con el paso de las horas en otras ciudades del país. Fue necesario que el gobierno tambaleante de Ospina Pérez declarara el estado de sitio el 10 de abril (decretos 1234 y 1259) para recuperar el control de las radios utilizadas como canales de levantamiento popular y desinformación”¹⁰

⁸ LLERAS, Cristina. Documentos de historia y textos. Arte, política y crítica. Politización de la mirada estética. Colombia 1940-1952. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes. Colombia, 2005. Pág 33.

⁹ MERAYO, Arturo. La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva. 1ª edición. Sevilla –España.2007. Pie de página 13.

¹⁰ Ibidem. Pág 154.

En 1950 los intelectuales de la época en cabeza de Álvaro Castaño Castillo, Gonzalo Rueda Caro y Eduardo Caballero Calderón, fundan la emisora "HJCK el Mundo en Bogotá" y en 1960 Jaime Pava Navarro, fundó Radio Súper con la emisora "La Voz del Llano". En 1971 la Cadena se consolida con su primera emisora en Bogotá.

Actualmente, la radio se sigue modernizando, mejorando su calidad, proponiendo nuevos formatos y programas, música, charlas, opinión, cultura, noticias y deportes. Continúa siendo un medio masivo de comunicación con un avance significativo por medios masivos adicionales como la internet donde se pueden crear emisoras virtuales y cuyo fin último es seguir comunicando.

2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS EMISORAS DEL EJÉRCITO

Las emisoras del Ejército se han mantenido con una misión fundamental la cual es que "...a través de sus emisoras institucionales fijas, móviles y portátiles, adelanta operaciones de acción Integral General y Coordinada, para apoyar las campañas de acción integral que proyecta la Institución militar hacia los tres blancos de audiencia, buscando incrementar la moral y actitud combativa de las tropas, defender, exaltar y elevar la imagen institucional, promover el afecto, participación y colaboración de la población civil con las Unidades, generar desmovilizaciones masivas, prevenir el reclutamiento forzado e impulsar la recuperación social del territorio".¹¹

Por ello los objetivos básicos versan sobre la Necesidad de apoyar las operaciones militares en cada región, mantener y elevar la moral combativa y el espíritu de cuerpo de las tropas, hacer presencia del Estado en zonas de frontera, llegar a las áreas geográficas poblacionales donde otros medios no llegan, llevar educación, cultura y recreación a la población, cubrir áreas o regiones donde se encuentra el enemigo y motivar a los terroristas para que se fuguen.

Parte de la misión tiene sus orígenes durante el gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla en el año de 1954 cuando se activó la primera Emisora Militar al instalarse la red de radio de amplitud modulada. Posteriormente en 1978 se activa la primera emisora móvil (táctica) bajo la dirección del BG. Hernando Hurtado Vallejo y en 1985 se reactiva la emisora táctica en Doncello Caquetá, emisora móvil que transmitía desde un camión Ford 700.

Ahora, entre 1988 y 1989 se crea un estudio de grabación para la producción de programas institucionales en Bogotá, lo que se convirtió en el punto de partida para la gestión de licencias en la creación de emisoras fijas y en 1990 se instalan las emisoras de Saravena, Yopal y Barrancabermeja.

Para 1992 se logra la incorporación de periodistas y comunicadores sociales con el fin de profesionalizar la transmisión de los programas y la agilidad de la información frente a los blancos objetivos; y en 1995 el Ejército contaba con 11 emisoras (tácticas) rústicas instaladas sobre vehículos motorizados que llegaban con mensajes e información a algunas poblaciones del país.

Ya en 1996 bajo el gobierno del presidente Cesar Gaviria Trujillo, se conceden frecuencias al Ejército Nacional mediante procesos de adjudicación y legalización lo que produjo como efecto inmediato que el Ministerio de Comunicaciones asignara 25 frecuencias en AM y FM con baja potencia de antena mediante la resolución No. 001944 del 7 de abril de 1.997.

¹¹ Plan de Campaña 'Espada de Honor', Anexo G, Apéndice D

Fue en el año de 1998, cuando el Ejército ante la necesidad de la Institución por la realidad del momento, inicia los estudios y las coordinaciones en las diferentes Unidades Militares para lograr la readjudicación de frecuencias para emisoras de 5-10 y 15 KW de potencia. Dentro del proceso se hizo necesaria la adecuación de obras de infraestructura, estudios, ubicación de torres y transmisores con el fin de tener una emisión permanente.

Para 1999 se da inicio a la capacitación formal en locución y producción radial del personal de Suboficiales en instituciones particulares y en 1999 se pone en funcionamiento la emisora Básica en Bogotá, y se instalan 9 emisoras creando así la Red de Emisoras del Ejército Nacional con capacidad para realizar transmisiones simultáneas vía satélite.

Pero el proceso no terminó con ello, para el año 2000 se fortaleció la estrategia de comunicación y se amplió la parrilla de programación con espacios noticiosos de esquemas radiales enlazados con 25 emisoras fijas en FM y AM.

Entre el 2003 y el 2007 Las emisoras fijas crecieron a 36 y 19 móviles, se dotaron de transmisores auxiliares, lo cual permitió fortalecerlas para permanecer las 24 horas al aire y entró en funcionamiento la transmisión virtual a través del portal www.emisorasejercito.mil.co, logrando una mayor cobertura.

En el año 2009 el Ministerio de Comunicaciones aprobó las licencias de funcionamiento de emisoras como: Valledupar, Calamar, Puerto Carreño, así mismo se adquirieron equipos para activar nuevas emisoras móviles las cuales tuvieron un alto valor de apoyo operacional en el sur del país y en zonas de difícil acceso para las emisoras comerciales. Para el 2010 se incremento notablemente la cobertura pasando a 39 emisoras fijas, 32 móviles y 12 portátiles.

Es por ello que parte de la estrategia de comunicación de la Fuerza son las emisoras del Ejército por entenderlas como otro tipo de arma, la cual permite ser utilizada para la paz o para la guerra, en tanto que la Comunicación ha sido la base del entendimiento mismo de la humanidad, y de ahí su importancia para abordar todos los rincones de la geografía nacional, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos para las cuales fue creada.

2.3 EMISORAS DE INTERÉS PÚBLICO

El Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora del Estado colombiano, establece los alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los concesionarios; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio, bajo estos criterios se clasifica la radio de interés público en la cual se enmarca las emisoras de la Fuerza Pública y entre ellas las emisoras institucionales del Ejército Nacional.

El Gobierno Nacional expidió el Decreto 2805 de 2008, por medio del cual se unificó y estableció el régimen jurídico del servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia. Así mismo como los criterios para la clasificación de emisoras de interés público y para el otorgamiento de emisoras móviles a las Fuerzas Armadas.

Los fines de la radio de interés público están orientados, según el Decreto 2805 de 2008 modificado por la resolución 415 de 2010, a "satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, en el área geográfica objeto de cubrimiento y tendrá como fines, contribuir al fortalecimiento del patrimonio cultural y natural de la nación, difundir la cultura y la ciencia y fomentar la productividad del país, promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática, preservar la pluralidad, identidad e idiosincrasia nacional, servir de canal para la integración del pueblo colombiano y la generación de una sociedad mejor informada y educada, difundir los valores y símbolos patrios, contribuir a la defensa de la soberanía, de las instituciones democráticas, asegurar la convivencia pacífica y brindar apoyo en la prevención, atención y recuperación de emergencias y desastres. Por tanto, todos los proveedores tendrán la obligación de ajustar sus programas radiales a los fines indicados"¹².

Ahora bien, las emisoras de la Fuerza Pública "tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de difundir los valores y símbolos patrios, de contribuir a la defensa de la soberanía y de las instituciones democráticas y, de asegurar el ejercicio ciudadano y la convivencia pacífica. Este servicio se prestará a través del Ministerio de Defensa Nacional, por conducto de la Fuerza Pública integrada por las Fuerzas Militares (Ejército, Armada y Fuerza Aérea) y la Policía Nacional.

Para el caso del servicio de radiodifusión del Ejército se establece como misión adelantar operaciones de acción integral para apoyar las campañas hacia los tres

¹² COLOMBIA. Resolución 415 de 2010. Diario Oficial No. 47.685 de 19 de abril de 2010.

blancos audiencia, buscando incrementar la moral de las tropas, defender y elevar la imagen institucional, promover el afecto, participación y colaboración de la población civil con las unidades, generar entregas voluntarias del enemigo, prevenir el reclutamiento forzado e impulsar la recuperación social del territorio, todo a través de sus emisoras institucionales (fijas – móviles y portátiles).

Adicionalmente, fortalece la participación popular, educativa, cultural y recreativa que tienden a consolidar la democracia, la solidaridad ciudadana, los principios y valores con el fin de apoyar al programa de gobierno que este en ejecución. Todo en atención al cumplimiento de la misión constitucional asignada como reza el artículo 217 de la CN: "...Las Fuerzas Militares tendrán como finalidad primordial la defensa de la soberanía, la independencia, la integridad del territorio Nacional y el orden Constitucional."¹³

¹³ COLOMBIA. Constitución Política de Colombia. Impre Andes. Enero 2011. Bogotá. Colombia. Artículo 217.

2.4 MARCO NORMATIVO

Con la constitución de 1991 Colombia fortaleció el derecho a la información y expresión según lo contemplado en su artículo 20 el cual reza: “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”¹⁴.

Bajo la sombrilla de ese contexto jurídico, la radiodifusión se integra a la estructura democrática del país porque trasciende su carácter instrumental y ubica el papel de la libre comunicación de las ideas como fundamento del sistema político.

Gracias a estos avances, en la segunda mitad de la década de los 90's se produce un nuevo desarrollo en la evolución del sistema radial con el surgimiento de la radio de interés público y la radio comunitaria. Aunque ya había un desarrollo importante de la radio a cargo del Estado, una demanda creciente de medios de comunicación por parte de entidades públicas configuró esta nueva tendencia en la historia radial.

Lo mismo ocurrió con la radio comunitaria que dio respuesta a las necesidades de comunicación de las organizaciones sociales en el nivel local, por ello la Carta establece “El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético”¹⁵

Hay otro conjunto de normas básicas compuesto por la Ley 72 de 1989 que trata de los nuevos conceptos y principios sobre la organización de las telecomunicaciones en Colombia y sobre el régimen de concesión de los servicios; la Ley 80 de 1993 o lo que es lo mismo el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, para lo que en su artículo 38. Del régimen especial para las entidades estatales que prestan el servicio de telecomunicaciones, advierte que “Las entidades estatales que tengan por objeto la prestación de servicios y actividades de telecomunicaciones, en los contratos que celebren para la adquisición y suministro de equipos, construcción, instalación y mantenimiento de

¹⁴ COLOMBIA. Constitución Política de Colombia. Impre Andes. Enero 2011. Bogotá. Colombia. Artículo 20.

¹⁵ Ibidem. Artículo 75.

redes y de los sitios donde se ubiquen, no estarán sujetos a los procedimientos de selección previstos en esta ley..."¹⁶.

En 1995, según el Decreto 1445 el Ministerio de Comunicaciones, estableció la clasificación de las estaciones de radiodifusión, teniendo en cuenta los parámetros técnicos esenciales, la gestión del servicio, la orientación de la programación, el nivel de cubrimiento y la tecnología de transmisión; el Decreto 1446, se clasifica el servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan normas sobre el establecimiento, organización y funcionamiento de las cadenas radiales así: comercial, comunitaria e interés público.(Derogado por el art. 96, Decreto Nacional 2805 de 2008).

Otros desarrollos normativos se produjeron con los decretos 348 de 1997, el Decreto 1021 de 1999, que estableció la posibilidad de "otorgar licencias de radiodifusión a la Fuerza Pública en gestión directa; y definió los métodos de financiación para la radio comunitaria y de interés público"¹⁷, posteriormente, el Decreto 2805 de 2008 y la Resolución 415 de 2010 expidieron el reglamento del servicio de radiodifusión sonora y dictaron otras disposiciones al respecto.

Entre ellas, las disposiciones generales del servicio de radiodifusión sonora; la clasificación del servicio; la programación y pautas publicitarias; el servicio de radiodifusión sonora de interés público, el cual contempla su clasificación y los fines del servicio de las emisoras de la Fuerza Pública.

Sin embargo, dentro de la evolución normativa actual es necesario aclarar que el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tiene la facultad de otorgar licencias para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público, "mediante el establecimiento de estaciones de radiodifusión sonora de operación Itinerante, por razones de seguridad, protección pública, como para la realización de campañas sociales y de salubridad pública y, para la prevención, atención y mitigación de emergencias y desastres"¹⁸.

¹⁶ COLOMBIA. Ley 80 de 1993. Diario Oficial No. 41.094 de 28 de octubre de 1993.

¹⁷ COLOMBIA. Decreto 1021 de 1999. Diario Oficial N°. 43611 de 23 de junio de 1999.

¹⁸ COLOMBIA. Resolución 415 de 2010. Diario Oficial No. 47.685 de 19 de abril de 2010. Cuando se habla de estaciones de radiodifusión sonora de operación Itinerante se hace referencia a: "... la operación fija de una estación de radiodifusión sonora en sitios o lugares geográficos no especificados dentro del territorio nacional, por periodos variables u ocasionales de tiempo, con las características técnicas y dentro de las frecuencias radioeléctricas, determinadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Las estaciones del Servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público, deberán operar en la frecuencia asignada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, de conformidad con los parámetros técnicos esenciales autorizados, cumpliendo con las relaciones de protección contra interferencias y demás parámetros técnicos contenidos en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora".

2.5 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y TÉCNICAS

Si hay algo que diferencia a la radio de los demás medios de comunicación de masas es que se dedica, exclusivamente, a un sentido: el oído. Es por esto que la publicidad utilizada en radio debe prestar especial atención al aspecto creativo y, en función de este, planificar el contenido y la forma del mensaje.

La radio utiliza dos elementos: el audio, donde se incluyen las palabras, los efectos especiales, las músicas de ambientación y los silencios; y la imaginación por parte del receptor.

a. Infraestructura física

Para lograr el funcionamiento de las emisoras se requiere el montaje de una infraestructura que garantice la puesta al aire, la cual consta de un estudio de locución máster con sistema de insonorización, una sala de producción y edición. De otra parte una caseta de transmisión con una acometida eléctrica, capaz de soportar la carga requerida por el transmisor principal, que oscila entre 250 y 15000 vatios, y este a su vez debe tener unos sistemas de protección que garantice la seguridad eléctrica (sistema de puesta a tierra) del transmisor.

b. Infraestructura técnica

La infraestructura técnica depende directamente del Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora, en Amplitud Modulada (A.M.) y/o Frecuencia Modulada (F.M.), o las normas que lo modifiquen, aclaren o adicionen, de conformidad con la clasificación A, B, C y D de la estación radial asignada.

"El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones planificará y reglamentará los canales radioeléctricos para la operación de las estaciones del Servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público, con el fin de ajustar el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora, a las presentes disposiciones"¹⁹.

Para ello se hace necesaria la utilización de un transmisor en FM o AM desde 250 W hasta 15000 KW; una torre para la ubicación de la antena con altura aproximada entre 40 y 60 metros; un sistema de radioenlace punto a punto compuesto de antenas, transmisor en la banda de 300 a 330 megahertz de 10 vts de potencia.

¹⁹ COLOMBIA. Resolución 415 de 2010. Diario Oficial No. 47.685 de 19 de abril de 2010.

3. CONFORMACIÓN DEL MEDIO INSTITUCIONAL

El Ejército, dispuso la creación de las emisoras como medio estratégico de información donde se difundían efectiva y oportunamente los resultados operacionales de la Fuerza y las campañas adelantadas para fortalecer en cada región los compromisos de la Institución y la identificación de los colombianos con el Estado y sus organismos legítimamente constituidos.

Las emisoras del Ejército Nacional por ser de interés público, trabajan las 24 horas del día para elevar el nivel educativo y cultural de los habitantes del 80% del territorio colombiano a través de sus programación, difundir los valores patrios y cívicos, contribuir a la defensa de la democracia, la soberanía y la Unidad Nacional e incentivar la participación de los colombianos con las instituciones.

Las estaciones de radiodifusión sonora son una herramienta de la Acción psicológica, que permiten quebrantar la voluntad de lucha de los grupos al margen de la ley, estimulando la disidencia, la inconformidad en el interior de sus filas para finalmente lograr la fuga o entrega voluntaria y acogerse al Grupo de Atención Humanitaria al Desmovilizado que lidera el Gobierno. De igual manera es un medio para llevar educación, cultura y recreación a los pobladores de las regiones menos favorecidas. Es así como podemos apreciar los logros alcanzados en materia de desmovilizaciones y desvinculaciones.

De esa forma, el Ejército cuenta en la actualidad con 97 emisoras discriminadas en 43 emisoras fijas, 14 portátiles o tácticas y 40 móviles para el apoyo a las operaciones en las áreas más apartadas de la geografía sirviendo como medio de consolidación de las áreas recuperadas por la tropa.

Figura N° 3. Organigrama de las Emisoras del Ejército

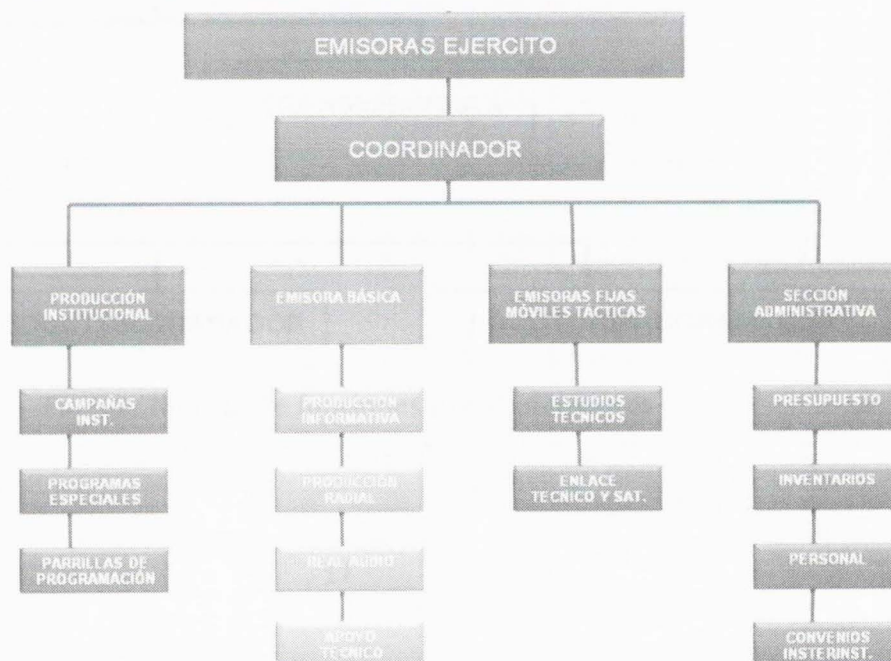
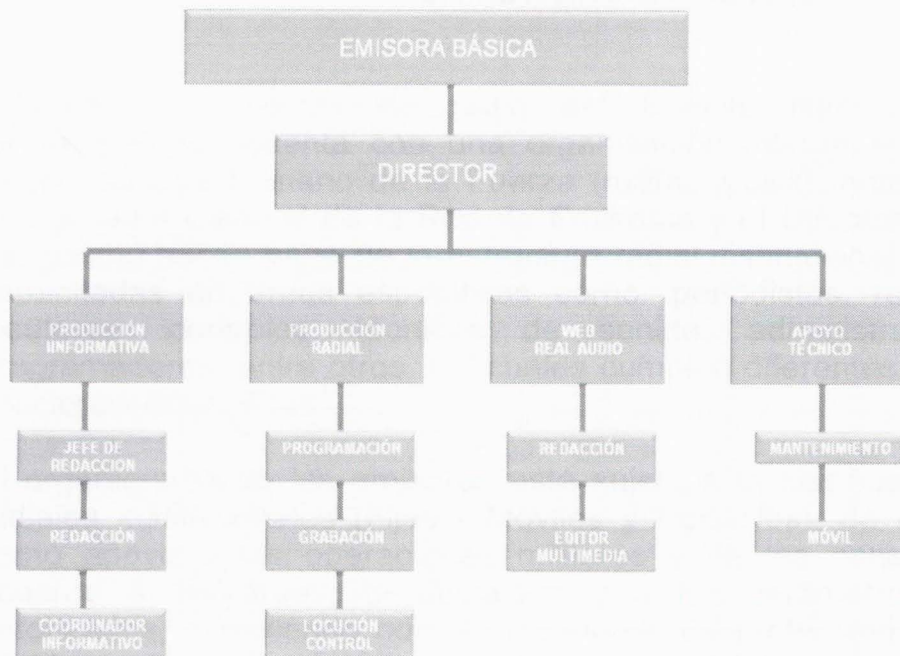
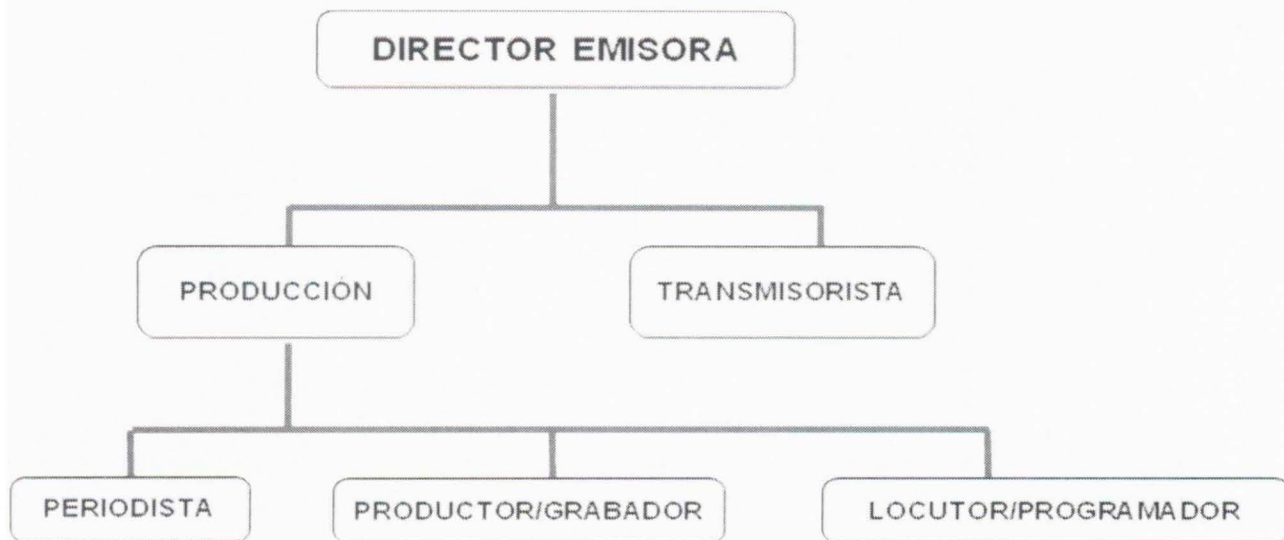


Figura N° 4. Organigrama Emisoras Básicas del Ejército.



Fuente: Manual de funciones y procedimientos

Figura N° 5. Organigrama Emisoras Tácticas Tipo



Fuente: Manual de funciones y procedimientos

3.1 MATERIAL HUMANO

La red de emisoras de radio del Ejército Nacional, para su correcto funcionamiento, cuenta con una organización interna en la que participan un amplio recurso humano de la Fuerza (militar y civil), entre los que se cuenta el Coordinador General de la Red de Emisoras y el Director de cada una de ellas. Así mismo hacen parte de la estructura radial institucional un grupo de personas capacitadas en áreas específicas como: periodistas, redactores periodísticos, locutores- controles, técnicos de sonido, administrativos, productores y programadores, entre otros, los cuales cumplen diferentes funciones por áreas o secciones específicas.

El organigrama de las emisoras está sujeto a la clasificación de las estaciones radiales institucionales (Fijas - Móviles y Portátiles), de la misión que cumplen como apoyo a las operaciones militares y de las características técnicas de acuerdo a las áreas de ubicación y a los parámetros técnicos esenciales autorizados, cumpliendo con las relaciones de protección contra interferencias y demás parámetros técnicos contenidos en el Plan Técnico Nacional de Radio Difusión Sonora, del Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones.

3.1.1 PERSONAL PROFESIONAL²⁰

Coordinador General Emisoras, es quien tiene la función de direccionar, responder y evaluar la programación, información y elaboración de productos radiales de las emisoras del Ejército; además de velar por el cumplimiento oportuno de las tareas que sean ordenadas bajo las instrucciones y políticas del Comando Superior.

Coordinador de Producción Institucional crear, diseñar y evaluar la programación institucional e identificación de las emisoras, fortaleciendo la producción de los programas y campañas institucionales con el fin de ganar el afecto de la población civil, doblegar la voluntad de lucha del enemigo y fortalecer la moral de las tropas acorde con las políticas del comando superior. Dentro de esta sección se encuentran las campañas institucionales, los programas especiales y la parrilla de programación de todas las emisoras.

Coordinador emisoras fijas, móviles y tácticas responde por el desarrollo e implementación de los estudios técnicos para la consecución de nuevas licencias y renovación de las ya existentes con el fin de fortalecer el accionar de las emisoras del Ejército. Adicionalmente en el área de estudios y enlace técnico y satelital se encarga de direccionar y responder por el buen funcionamiento, mantenimiento e implementación de tecnología de punta para las emisoras del ejército, y por el adecuado suministro de repuestos, para el óptimo funcionamiento de las estaciones radiales, cumpliendo de esta forma con el plan general de enlaces de programación a nivel nacional, con el fin de fortalecer el accionar de las emisoras.

Coordinador Sección Administrativa, responder por la correcta aplicación de las políticas, normas y procedimientos establecidos sobre administración de personal, compras nacionales e internacionales, almacenamiento, construcciones y servicios de las emisoras. Dentro de esta sección se encuentra, adicionalmente, las área de presupuesto, inventarios, personal y convenios interinstitucionales.

Emisora básica responde por la dirección de la Emisora Matriz, la cual tiene como función principal el diseño y distribución de las piezas de comunicación empleadas en las demás emisoras con enlace nacional. Cuenta con áreas específicas como producción informativa, producción radial, web real audio y el apoyo técnico a la matriz.

²⁰ Ejército Nacional. Dirección de Acción Integral. Manual de funciones y competencias laborales.

3.1.2 PERSONAL PERIODÍSTICO

Periodista debe cumplir con las estrategias propuestas para el manejo y la difusión de la información de acuerdo a las políticas emitidas por el Comando Superior, de manera veraz, objetiva, e inmediata.

Periodista servicio de noticias debe responder por la correcta aplicación de las políticas del Comando Superior frente a los lineamientos para el manejo, difusión y actualización de la información en la emisora matriz, con el fin de fortalecer el acontecer informativo de la Fuerza.

Periodista Real Audio debe investigar, elaborar y publicar textos periodísticos en la página web de acuerdo a las necesidades e informaciones que se susciten en la Fuerza.

Director de Noticias debe administrar, controlar y recomendar estrategias para el buen manejo y difusión de la información en las emisoras del Ejército Nacional de acuerdo a las instrucciones y políticas del Comando Superior.

Jefe de Redacción debe coordinar, orientar y dirigir las estrategias empleadas por el equipo de periodistas en las emisoras del Ejército Nacional para el buen manejo y difusión de la información, de acuerdo a las instrucciones y políticas del Comando Superior.

3.1.3 LOCUTOR-CONTROL

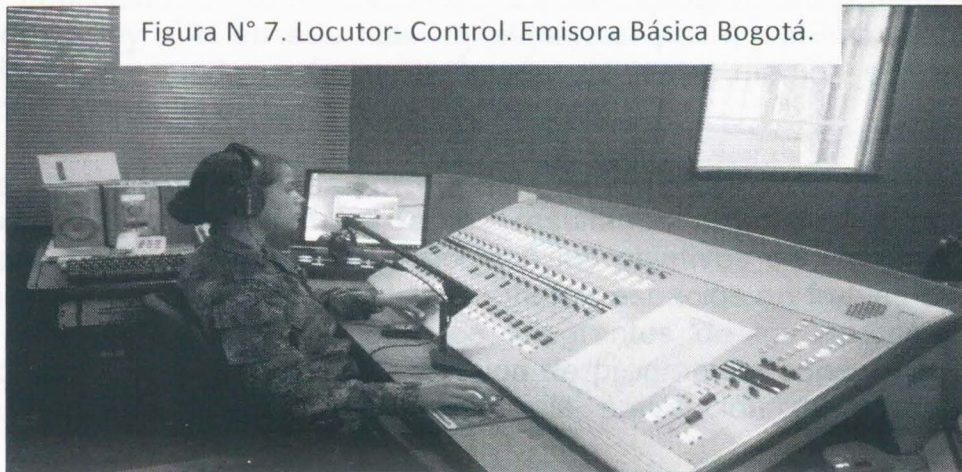
Locutor - control es el encargado de difundir los mensajes institucionales y responder por la emisión técnica de los programas con el fin de fortalecer el accionar y cumplimiento de objetivos de las emisoras. Adicionalmente, presentar programas, efectuar el enlace de continuidad de los informativos, difundir boletines informativos de la Fuerza.

Figura N° 6. Locutor- Control. Emisora móvil. San Luis, Antioquia.



Fuente: Archivo fotográfico Emisoras del Ejército

Figura N° 7. Locutor- Control. Emisora Básica Bogotá.



Fuente: Archivo fotográfico Emisoras del Ejército

4. ELEMENTOS DE LA RADIO APLICADOS A LOS PROCESOS DE DESMOVILIZACIÓN

El medio de radiodifusión del Ejército, es una herramienta o arma de apoyo para las operaciones militares y a través de esta incentivar los valores y principios de la población civil, como de las propias tropas y doblegar o minar la resistencia mental, material y moral del enemigo, este último, nuestro principal objetivo en la presente guía para liderar las campañas dirigidas a la desmovilización.

Desde el año 2004, mediante el Decreto N° 2767 se reglamentó en materia de reincorporación a la vida civil, así como el apoyo del Gobierno Nacional para facilitar a los desmovilizados mecanismos que les brinden una oportunidad para incorporarse a un proyecto de vida de manera segura y digna; para ello se creó el Grupo de Atención Humanitaria al Desmovilizado, GAHD, cual contempla formalmente la estrategia de comunicación (basada en la utilización de medios masivos institucionales como radio, televisión, web e impresos para transmitir el mensaje) y de esta forma motivar la desmovilización de los grupos armados ilegales.

Por otra parte, en el 2006 se creó en el Ministerio de Defensa la Agencia Colombiana para la Reintegración "enfocado en el individuo y busca reformar y preparar a las personas desmovilizadas a través de atención psicosocial, capacitación académica y acceso al sistema nacional de salud, además de una mensualidad económica"²¹.

La estrategia, por parte de la Cartera de Defensa, dio especial importancia a la inversión publicitaria en radio dado que los miembros de los grupos armados al margen de la ley aún en sus filas se esfuerzan por mantener comunicación e información del mundo exterior a través de este medio, sin importar las condiciones extremas en las que se encuentran.

La fuente primaria alimentada por el relato de los propios desmovilizados en las emisoras del Ejército, además de los resultados obtenidos a través de las entrevistas aplicadas (Anexo A) direccionó los objetivos de comunicación hacia una parrilla de programación donde se abrieron espacios en franjas dirigidas a un público, muy particular, como son los integrantes de los grupos ilegales. Lo anterior da paso a la producción y emisión de programas, cuñas y mensajes que incentiva tanto la desmovilización como la prevención del reclutamiento de menores.

²¹ Presidencia de la República de Colombia. Agencia colombiana para la Reintegración. [citado el 28 de julio de 2012] Disponible en Internet: <http://www.reintegracion.gov.co/Es/ACR/Paginas/resena.aspx>.

Sin duda alguna, la red de emisoras del Ejército fijas, móviles y portátiles o tácticas ubicadas a lo largo y ancho del territorio colombiano, fue creando un entorno de audiencia exclusiva en franjas horarias de trabajo de 06:00 a.m. a 18:00 p.m. y de 18:00 p.m. a 06:00 a.m., horarios que se fueron posicionando, en especial, durante la noche y por consiguiente los oyentes se ubicaron según sus necesidades. En el caso que compete al público objetivo, integrante de las organizaciones al margen de la ley, la programación que emiten las emisoras tiene un alto impacto, por parte de quienes los combaten: los soldados.

Por lo anterior, las estaciones radiales del Ejército, se convierten en un aliado para el GAHD e indispensable para la estrategia de desmovilización diseñada, especialmente, para todos aquellos hombres y mujeres de los grupos ilegales y el cual se surte de los testimonios de desmovilizados para desvirtuar los argumentos que utilizan las organizaciones terroristas para reclutar niños y jóvenes. Motivar nuevas desmovilizaciones, delación de cabecillas y el suministro de información que permita decomisar armas, municiones, explosivos, material de intendencia, equipos de comunicaciones, a través de entrevistas que se realiza a desmovilizados y que hace parte del programa de reinserción del Gobierno Nacional.

Todo lo anterior hace que el esfuerzo de la estrategia se vea reflejado en el incremento considerable de la pauta radial, llegando incluso hasta la saturación para lograr motivar y persuadir a los integrantes de las organizaciones armadas al margen de la ley para que tomen la decisión de ser libres.

4.1 GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA COMUNICACIÓN RADIAL

La entrevista es una charla, sobre la base de una serie de preguntas, que sostiene un periodista y en este caso un locutor de una emisora, con otra persona, con el propósito de obtener informaciones que se desconoce pero que desea describir para satisfacer los intereses de sus oyentes.

Permite un acercamiento virtual, un conocimiento directo de aquellos personajes que le resultan interesantes, admirados, queridos o, en el caso que compete a este trabajo, controvertidos por la misma actividad que tienen los integrantes de los grupos armados al margen la ley: los desmovilizados.

Los periodistas tienen la misión de realizar una serie de preguntas con el fin de persuadir al entrevistado y lograr un ambiente tranquilo para obtener del entrevistado respuestas sinceras y sobre todo reales, de ahí la necesidad de contar con la suficiente agilidad, destreza y confianza a la hora de hacer las preguntas frente al micrófono.

"La entrevista siempre debe transcurrir como una conversación grata para el entrevistado. En muchas ocasiones el entrevistado parte de una actitud desconfiada pero las preguntas y la conversación del periodista consiguen una disposición mucho más expresiva y sincera de su parte"²².

La crónica siendo otra pieza comunicativa que se desarrolla en un programa radial, está dirigida a contar historias sobre el proceso de desmovilización, es decir, la crónica cuenta de manera cronológica el acontecimiento o el suceso que llevo al desmovilizado a retirarse de las filas y acogerse al programa ofrecido por el Gobierno Nacional.

Aunque la crónica postula exponer los acontecimientos en orden cronológico, tal y como lo indica su nombre, los hechos pueden interrumpirse de vez en cuando para permitir la aparición de reflexiones sobre éstos o de información necesaria para la comprensión de lo que se acaba de relatar o está a punto de enunciarse. Es decir, una crónica contiene también elementos informativos y como no es únicamente un relato profundiza en la interpretación e incluso puede devenir en la crítica.

El reportaje es un trabajo de interpretación e información que reúne en su desarrollo todas las formas periodísticas, para el caso específico, se usa como medio de interpretación, análisis, y extracción de información.

²² Manual de Estilo. Normas Básicas de Ortografía y Estilo. Presentación. [citado el 21 de julio de 2012] Disponible en Internet: <http://www.diariodeorizaba.com/manualdeestilo/>.

Esta modalidad se estructura alrededor de un tema central, la desmovilización, sus causas, la experiencia personal del sujeto, los antecedentes, las causas y circunstancias en que el individuo decidió tanto ingresar a las filas de las Farc como salir de las mismas. Es importante entender que a través del reportaje lo que nos atañe en este trabajo, se llegue a comprender que cualquier miembro del una organización al margen de la ley debe reintegrarse a la vida civil y lo más significativo dejar las armas e ingresar al Grupo de Atención Humanitaria al Desmovilizado.

Normalmente el reportaje para el caso en concreto parte de una premisa, la cual es tener información previa sobre las desmovilizaciones y un conocimiento siquiera somero sobre la situación del personaje del cual se quiere hacer el reportaje radial.

El mensaje usado en estos géneros periodísticos usados a nivel radio deben ser cortos y contundentes, lo que significa que deben ser demasiado precisos y certeros para lograr que la información llegue al receptor deseado.

4.2 ESTRATEGIA DE PROGRAMACIÓN

En este aspecto, la radio se convierte en una manera rápida, eficaz y eficiente para lograr un impacto sobre los oyentes, de forma tal que el poder de penetración del mensaje, orientación por su audiencia, alcance de difusión, grado de confianza y seguridad representen una huella en el colectivo imaginario sobre la desmovilización, sus efectos y alcances en materia social, jurídica, de inserción a la vida civil y persuasión para otros militantes de los grupos armados al margen de la ley.

Esta estrategia debe estar definida a partir de la previsión de los programas que son emitidos por las emisoras del Ejército, teniendo en cuenta las franjas de audiencia establecidas en función de mayor y menor presencia de personas con perfiles específicos, que son en este caso, los integrantes de las organizaciones armadas ilegales. Ello obedece al modus operandi que manejan al interior de esas denominadas estructuras y a su estilo de vida.

De esta forma, las emisoras del Ejército manejan horarios entre 06:00 a 18:00 horas en las cuales se desarrollan programas noticiosos, de opinión y de motivación logrando una plena identificación con el público adulto, lo que garantiza el seguimiento por parte de los blancos audiencia.

Para ello se producen y emiten programas como el Informativo Nacional, el Centinela, Renacer y Creer en Colombia, sumado los mensajes, notas radiales, anuncios y mesas redondas que se transmiten durante la franja anteriormente mencionada.

Renacer, por ser el programa bandera, busca aprovechar los testimonios de desmovilizados con miras a desvirtuar los argumentos que utilizan las organizaciones terroristas para reclutar niños y jóvenes. Motivar nuevas desmovilizaciones, delación de cabecillas y el suministro de información que permita decomisar armas, municiones, explosivos, material de intendencia, equipos de comunicaciones, a través de entrevistas que se realizan a desmovilizados que hacen parte del programa de reinserción del Gobierno Nacional.

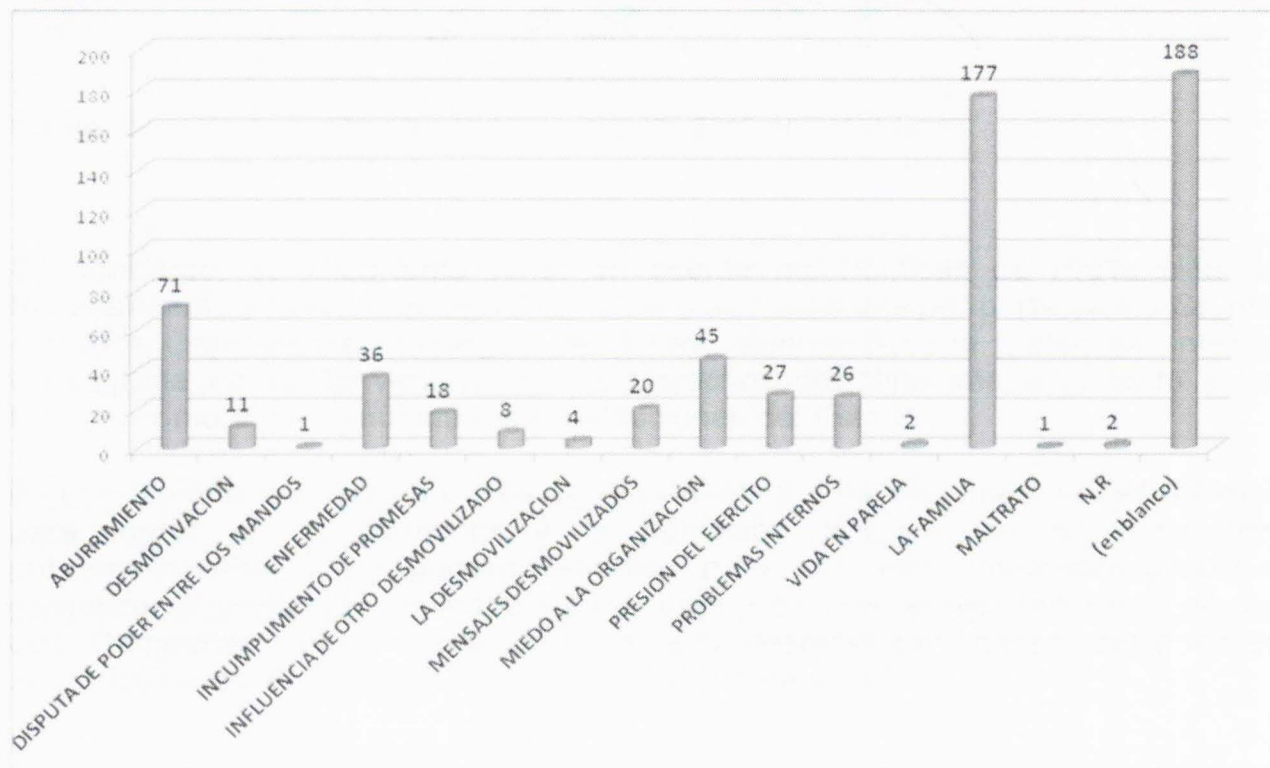
El informativo nacional busca aprovechar las bondades del enlace satelital para difundir con mayor cobertura los logros significativos del Ejército, con miras a incrementar la confianza de la población colombiana, fortalecer la motivación de las tropas y minar la voluntad de lucha de los integrantes de las organizaciones delictivas.

El centinela tiene como objetivo incentivar a las propias tropas con mensajes de motivación, para continuar con heroísmo su labor y garantizar la seguridad de todos los colombianos. Frente al blanco audiencia enemigo, la delación de cabecillas y desmovilización.

Crear en Colombia, tiene como finalidad destacar los logros significativos obtenidos por las tropas del Ejército durante cada semana, con miras a fortalecer la imagen institucional, elevar los niveles de motivación de las tropas y suscitar la desmovilización de terroristas. Además de generar un espacio positivo a través del cual se le explique al país la trascendencia de los éxitos alcanzados por los soldados.

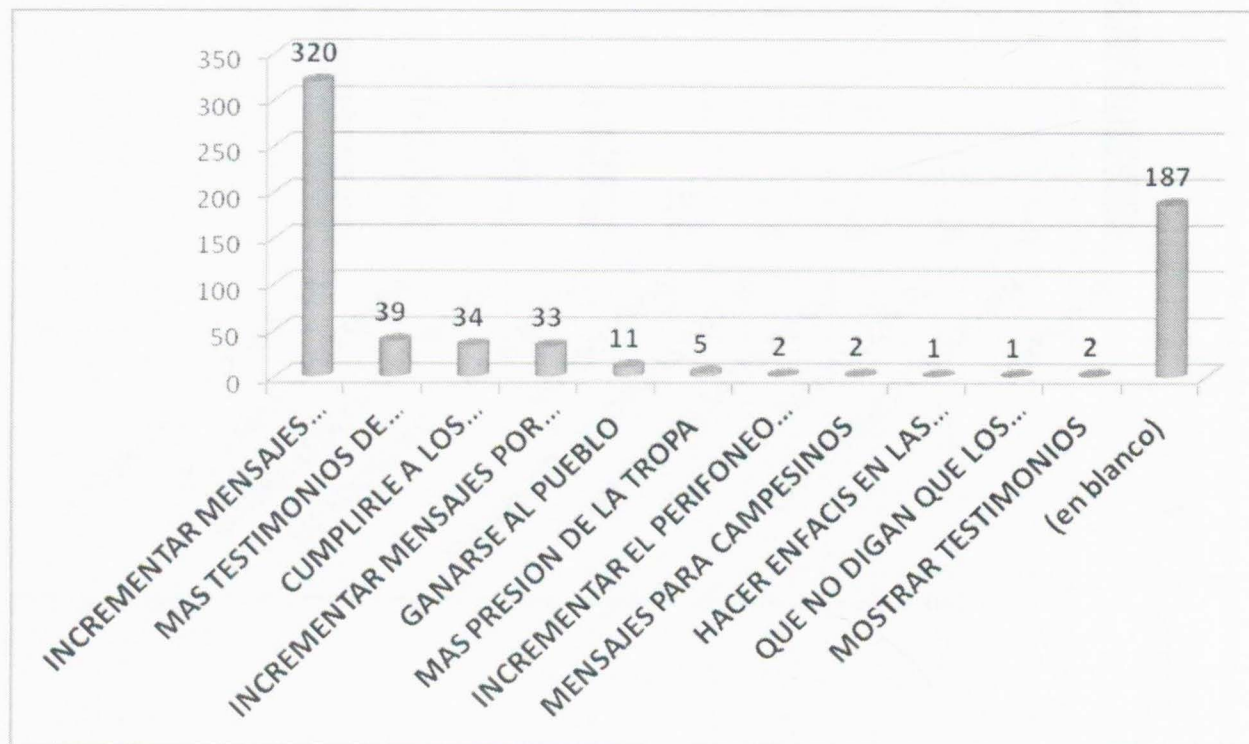
Para lograr el desarrollo eficaz de los productos radiales, anteriormente descritos, se hace necesario consultar y actualizar las estadísticas llevadas por las Unidades Militares en las secciones de Inteligencia y Acción Integral, quienes a través de las entrevistas realizadas a los desmovilizados logran determinar los motivos de fuga de los miembros de las organizaciones terroristas y con ello proponer las recomendaciones generales para incrementar la desmovilización.

Figura N° 8. Motivo de fuga a las ONT



Fuente: Dirección de Acción Integral (Enero - Agosto 2012. Nivel Nacional)

Figura N° 9. Qué recomienda el Ejército para implementar la desmovilización

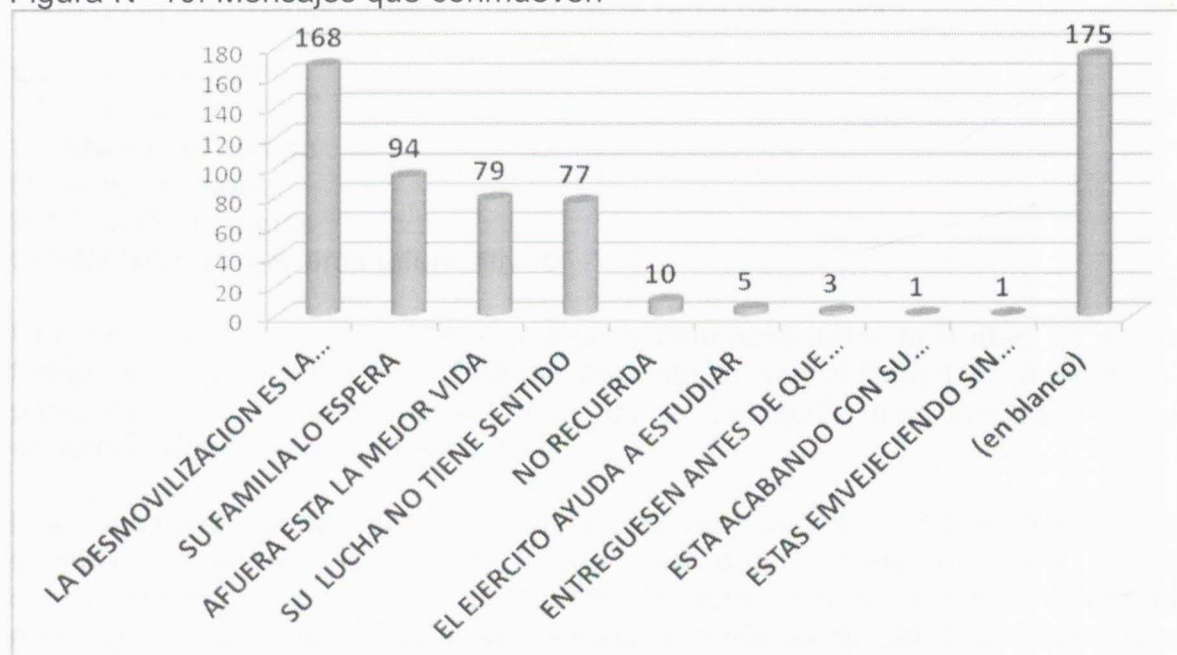


Fuente: Dirección de Acción Integral (Enero - Agosto 2012. Nivel Nacional)

Sin embargo, es importante tener en cuenta las Políticas de Prevención de Reclutamiento y Utilización de niños, niñas y adolescentes por parte de los Grupos Armados Organizados al Margen de la Ley, atendiendo a la protección integral consagrada en la Convención de los Derechos del Niño impuesta tanto a las familias como a las comunidades e instituciones del Estado.

Es por eso que la Fuerza a través de Acción Integral ha implementado estrategias para lograr el acercamiento a la población civil, a las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para con esta interinstitucionalidad garantizar la protección de todos los menores y prevenir el reclutamiento, de ahí que Campañas como "mejor prevenir que desmovilizar" hacen parte de la estrategia del Gobierno para lograr el objetivo nacional.

Figura N° 10. Mensajes que conmueven



Fuente: Dirección de Acción Integral (Enero - Agosto 2012. Nivel Nacional)

4.3 FORMATOS PARA HACER LLEGAR EL MENSAJE

El mensaje: Son piezas cortas de 30 minutos, generalmente, que promueven el texto de la información y llevan inmersas la regla de las 6W:

QUIÉN / el sujeto

QUÉ / el caso

CUÁNDO / el tiempo

DÓNDE / el lugar

POR QUÉ / la causa

CÓMO / el modo géneros informativos

Una exhortación emocional tiene una gran influencia en las actitudes. El suscitar o fomentar el miedo es una estrategia psicosocial muy utilizada en nuestro medio para tratar de cambiar las actitudes de la población que integra los grupos armados ilegales llámese Farc o ELN.

Los mensajes pueden ser diversos, como por ejemplo.: “Guerrillero: a usted siempre lo espera la muerte, cada vez que comete un acto terrorista, desmovilícese, lo bueno de la libertad es estar con su familia”. Ahora sí, el mensaje produce más miedo, la persona a quien va dirigido va a encontrar un efecto que quizás lo motive pronto a dejar las filas de la organización.

Aun cuando el mensaje radial depende de la perspectiva del emisor, se puede establecer de alguna manera la identificación con las ideas del receptor, en virtud de que no existe nada en concreto y se propicia la reflexión, pues cuando la idea se capta sólo auditivamente, el oyente lo visualiza con base en su propio campo de experiencia.

La cuña: es una forma radial en la que se transmite un mensaje sin presentarse a sí misma, sino que va integrada en otros formatos, al ser claro con su contenido. En principio no debe tener una duración mayor de un minuto y suele ser la forma más habitual para introducir la publicidad en un medio radiofónico. Debe ser breve, clara, concisa y efectiva a la hora de transmitirse. Aunque no existe una norma establecida en cuanto a su duración, normalmente se realizan contando un tiempo de 7 a 25 segundos.

Existen diferentes tipos de cuñas radiofónicas.

- Las publicitarias. Son aquellas que tienen un sentido de promoción comercial.
- Las institucionales. Anuncian actividades e información dirigida al ciudadano que lleva a término la Administración Pública.
- Las promocionales de la emisora. Son las que informan sobre programas de radio: contenido, día y hora de su emisión.

Las notas radiales: son pequeños programas de 2 a 4 minutos para comunicar una idea puntual, ello requiere de mayor producción radial y mayor información sobre desmovilización.

Los anuncios: son piezas cortas que buscan comunicar una información precisa en los procesos de desmovilización donde se incluye el cómo, cuando y donde se deben adelantar estos trámites.

La mesa redonda: se desarrolla a través de un programa más elaborado a nivel de producción y en donde se invita a diferentes personalidades públicas y especialistas en temas de desmovilización, con el fin de tratar el tema desde ópticas diferentes, es decir, desde una mirada política, social, económica y estructural.

4.4 ASPECTOS DE LA RADIO EN EL MARCO DEL GRUPO DE ATENCIÓN HUMANITARIA AL DESMOVILIZADO

Lo primero que se requiere para hablar de estos aspectos es hacer un breve análisis de los orígenes de la desmovilización en Colombia, los cuales inician con "...los acuerdos de paz celebrados entre el gobierno colombiano y grupos insurgentes como el M – 19, el Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT), el Ejército Popular de Liberación (EPL), el Movimiento Quintín Lame, el Comando Ernesto Rojas, la Corriente de Renovación Socialista y el MIR – COAR..."²³, en la década de los noventa. De ahí que en 1991 se haya creado la Oficina Nacional de Reinserción en el marco del Plan Nacional de Rehabilitación (PNR).

Por otra parte, la Ley 418 de 1997 consagró unos instrumentos para la búsqueda de la convivencia y la eficacia de la justicia, ello con el fin de facultar al Gobierno Nacional en materia de diálogo y suscripción de acuerdos, del mismo modo dispuso beneficios sociales y económicos para los desmovilizados siempre que su situación jurídica lo permitiera.

Ahora bien, en el año 2001 el Ministerio de Defensa Nacional creó el Grupo del Programa de Atención Humanitaria al Desmovilizado²⁴ con el fin de adelantar acciones para promover la entrega voluntaria de los miembros de los GAML y en adelante se encargó del Desarme, Desmovilización, Reinserción y Reintegración.

En materia de comunicación, se trata de "...**combinar esfuerzos de inteligencia y planeamiento operacional**, que buscan quebrantar la voluntad de lucha del enemigo mediante una oferta institucional que genera las condiciones de no retorno y un punto de inflexión sobre los procesos de reclutamiento de los GAI"²⁵, ello mediante la utilización de las Operaciones de Acción Integral para la Desmovilización (**OAI**). Además busca sensibilizar a la comunidad, hacer prevención de reclutamiento forzoso, mediante la utilización de cuñas, mensajes, mesas redondas, entrevistas, reportajes y demás productos radiales.

El eje vertebral de la estrategia es lograr la implementación y posterior utilización del mensaje único que se adapta a las regiones y públicos que se quiere desmovilizar. De ahí que los blancos objetivos se segmenten en locales, regionales y nacionales.

A nivel local los esfuerzos están dirigidos a las zonas priorizadas por las autoridades civiles en compenetración con las operaciones de acción integral para la desmovilización, desarrolladas por el Ejército, dentro de las cuales se encuentra la radiodifusión a cargo de las emisoras institucionales.

²³ Desmovilización: una lucha permanente. En: Revista Ejército N° 157. Diciembre 2011 - Enero 2012.

²⁴ COLOMBIA. Resolución Ministerial No. 0722.

²⁵ COLOMBIA. Nueva Estrategia de Desmovilización. Ministerio de Defensa Nacional. Junio 2011.

A nivel regional el esfuerzo está a cargo de las autoridades militares y de policía en cuanto a la coordinación del programa de desmovilización. Y a nivel Nacional el esfuerzo es netamente de la Fuerza Pública y el gobierno para dar cumplimiento de los objetivos del programa.

La estrategia contempla, entonces, aspectos fundamentales para lograr el objetivo de la desmovilización desde las emisoras del Ejército, entre los que se cuentan aprovechar la inconformidad de los miembros de la Farc, realizar campañas a nivel local, regional y nacional, mantener el mensaje dirigido a aspectos personales y familiares, promover la desmovilización de mujeres, atacar con mensajes persuasivos las misivas farianas, realizar mensajes a milicias, realizar mensajes de prevención, y ejecutar Operaciones de Acción Integral para la Desmovilización.

Adicionalmente, el proceso de comunicación radial para lograr la desmovilización debe versar desde una perspectiva humanitaria, focalizada, estratégica, colectiva, preventiva e irreversible.

5. CONCLUSIONES

1. En el momento crucial en que se desarrolla el conflicto se hace necesario el adecuado manejo de las Emisoras de las Ejército, por parte del personal militar y civil que tienen la responsabilidad de crear mensajes acordes a la estrategia del Plan de Campaña y los lineamientos del MDN, que incidan psicológicamente a los grupos armados al margen de la ley para con ello incentivar su desmovilización.
2. La radio es el mejor canal de enlace con el que cuenta la Fuerza para llegar a la población en general y es una herramienta que aumenta nuestro poder de combate.
3. Es necesario entender y no desconocer la función social, administrativa y técnica, así como la normatividad existente para las emisoras de interés público con el fin de incentivar a los miembros de los GAOML a desmovilizarse y aprovechar de los beneficios propuesto por el Gobierno Nacional acorde con el Programa de Atención Humanitario al Desmovilizado.
4. Gran parte del éxito en el manejo de las emisoras del Ejército reside en la manera en que se usan las herramientas de las que dispone la Fuerza y en la capacidad para innovar y crear procesos comunicativos que lleguen a los diferentes públicos objetivos.

6. BIBLIOGRAFÍA

1. Colombia. Facultad de Artes. Colombia, 2005.
2. Constitución Política de Colombia. Artículo 217
3. Decreto 1021 de 1999. Diario Oficial N°. 43611 de 23 de junio de 1999.
4. http://www.buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=radio.
5. <http://www.cienciafacil.com/paghistoriaradio.html>.
6. <http://www.diariodeorizaba.com/manualdeestilo/>.
7. <http://www.recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/index.html>.
8. <http://www.reintegracion.gov.co/Es/ACR/Paginas/resena.aspx>.
9. Ley 80 de 1993. Diario Oficial No. 41.094 de 28 de octubre de 1993.
10. LLERAS. Cristina. Documentos de historia y textos. Arte, política y crítica. Politización de la mirada estética. Colombia 1940-1952.
11. MERAYO, Arturo. La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva. 1ª edición. Sevilla –España.2007.
12. Revista Ejército N° 157. Diciembre 2011 - Enero 2012.
13. Revista Ejército N° 160. Agosto 2012.
14. Resolución Ministerial No. 0722.
15. Resolución 415 de 2010. Diario Oficial No. 47.685 de 19 de abril de 2010.
16. TOMASI WAYNE. Pearson. Sistema de comunicaciones electrónicas. Cuarta edición. Educación de México, 2003.

7. LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Edificio principal de la estación radiodifusora de la HJN en Puente Aranda. Agosto de 1929.

Figura 2. El presidente Eduardo Santos pronuncia su discurso de inauguración de la Radiodifusora Nacional desde los modernos estudios de la carrera 17 con calle 26. Febrero 1 de 1940.

Figura 3. Organigrama Emisoras del Ejército

Figura 4. Organigrama Emisoras Básicas del Ejército

Figura 5. Organigrama Emisoras Táctica Tipo

Figura 6. Locutor- Control. Emisora móvil. San Luis, Antioquia.

Figura 7. Locutor- Control. Emisora Básica Bogotá.

Figura N° 8. Motivo de fuga a las ONT

Figura N° 9. Qué recomienda el Ejército para implementar la desmovilización

Figura N° 10. Mensajes que conmueven

8. ANEXO A

GUÍA PRÁCTICA PARA HACER DE LA RADIO INSTITUCIONAL UN MEDIO QUE LOGRE LA DESMOVILIZACIÓN DE GRUPOS ARMADOS ILEGALES

El medio de radiodifusión del Ejército es una herramienta de apoyo para las operaciones militares. Desde el año 2004, mediante el Decreto N° 2767 se reglamentó en materia de reincorporación a la vida civil, así como el apoyo del Gobierno Nacional para facilitar a los desmovilizados mecanismos que les brinden una oportunidad para incorporarse a un proyecto de vida de manera segura y digna; para ello se creó el Programa de Atención Humanitaria al Desmovilizado, GAHD, cual contempla formalmente la estrategia de comunicación (basada en la utilización de medios masivos institucionales como radio, televisión, web e impresos para transmitir el mensaje) y de esta forma motivar la desmovilización de los grupos armados ilegales.

Por otra parte, en el 2006 se creó en el Ministerio de Defensa la Agencia Colombiana para la Reintegración "enfocado en el individuo y busca reformar y preparar a las personas desmovilizadas a través de atención psicosocial, capacitación académica y acceso al sistema nacional de salud, además de una mensualidad económica".

La estrategia, por parte de la Cartera de Defensa, dio especial importancia a la inversión publicitaria en radio dado que los miembros de los grupos armados al margen de la ley aún en sus filas se esfuerzan por mantener comunicación e información del mundo exterior a través de este medio, sin importar las condiciones extremas en las que se encuentran.

La fuente primaria alimentada por el relato de los propios desmovilizados en las emisoras del Ejército, direccionó los objetivos de comunicación hacia una parrilla de programación donde se abrieron espacios en franjas dirigidas a un público, muy particular, como son los integrantes de los grupos ilegales. Lo anterior da paso a la producción y emisión de programas, cuñas y mensajes que incentiva tanto la desmovilización como la prevención del reclutamiento de menores.

Sin duda alguna, la red de emisoras del Ejército fijas, móviles y portátiles o tácticas ubicadas a lo largo y ancho del territorio colombiano, fue creando un entorno de audiencia exclusiva en franjas horarias de trabajo de 06:00 a.m. a 18:00 p.m. y de 18:00 p.m. a 06:00 a.m., horarios que se fueron posicionando, en especial, durante la noche y por consiguiente los oyentes se ubicaron según sus necesidades. En el caso que compete al público objetivo, integrante de las organizaciones al margen de la ley, la programación que emiten las emisoras tiene un alto impacto, por parte de quienes los combaten: los soldados.

Por lo anterior, las estaciones radiales del Ejército, se convierten en un aliado para el GAHD e indispensable para la estrategia de desmovilización diseñada, especialmente, para todos aquellos hombres y mujeres de los grupos ilegales y el cual se surte de los testimonios de desmovilizados para desvirtuar los argumentos que utilizan las organizaciones terroristas para mantener y reclutar niños y jóvenes. Motivar nuevas desmovilizaciones, delación de cabecillas y el suministro de información que permita decomisar armas, municiones, explosivos, material de intendencia, equipos de comunicaciones, a través de entrevistas que se realiza a desmovilizados y que hace parte del programa de reinserción del Gobierno Nacional.

Hacer radio, una gran responsabilidad.

El poder de los medios y de la palabra; lo que decimos causa efectos

Sobre nosotros y los demás.²⁶

²⁶ Voces y memorias de la reintegración. Pág. 14

REGULACIÓN DE LA RADIO

Con la constitución de 1991 Colombia fortaleció el derecho a la información y expresión según lo contemplado en su artículo 20 el cual reza:

“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”.

A mediados de los 90's se produce un nuevo desarrollo en la evolución del sistema radial con el surgimiento de la radio de interés público y la radio comunitaria. La demanda creciente de medios de comunicación por parte de entidades públicas configuró una nueva tendencia en la historia radial. El Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora del Estado colombiano, establece los alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los concesionarios; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio, bajo estos criterios se clasifica la radio de interés público en la cual se enmarca las emisoras de la Fuerza Pública y entre ellas las emisoras institucionales del Ejército Nacional.

El Decreto 2805 de 2008, por medio del cual se unificó y estableció el régimen jurídico del servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia. Así mismo como los criterios para la clasificación de emisoras de interés público y para el otorgamiento de emisoras móviles a las Fuerzas Armadas.

La Resolución 415 de 2010, reglamenta otras disposiciones generales del servicio de radiodifusión sonora; la clasificación del servicio; la programación y pautas publicitarias; el servicio de radiodifusión sonora de interés público, el cual contempla su clasificación y los fines del servicio de las emisoras de la Fuerza Pública.

CARACTERÍSTICAS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Con el propósito de difundir y posicionar el GAHD dando cumplimiento a los objetivos principales de motivar a integrantes de grupos armados al margen de la ley a que se desmovilicen, sensibilizar a la comunidad y hacer prevención de reclutamiento forzoso, se hace necesario: emplear la radio de la Fuerzas Militares y de la Policía Nacional con la realización de programas, cuñas, mensajes y otras modalidades de transmisión radial.

La estrategia comunicacional establece unas líneas de acción para direccionar el esfuerzo a la desmovilización, dentro de lo que se debe tener en cuenta el enfoque anterior basado en la articulación con el Plan de Campaña, el aprovechamiento de la inconformidad de los miembros de Farc, mantener el mensaje dirigido a aspectos personales y familiares, realizar campañas regionales y reconocer el GADH.

Tomando en cuenta los tres objetivos principales, Desarme, Desmovilización y Reintegración, el mensaje debe llegar a toda la población Colombiana, aunque existen zonas estratégicas que merecen un acompañamiento de divulgación específico.

Esta maniobra estratégica se desarrolla sobre nueve áreas bajo la responsabilidad de las Divisiones y Fuerzas de Tarea en zonas previamente establecidas así: en el Nudo de Paramillo, en la Región del Catatumbo, en Arauca, en Cauca-Valle, en Nariño, en el Sur de Tolima, en el Putumayo, en el Caquetá y en La Guajira, sin desconocer que el esfuerzo está representado a través de las Emisoras en el resto del territorio nacional.

Las líneas de acción contemplan nuevos elementos como:

- Liderazgo del Ministerio de Defensa Nacional, el Comando General de las Fuerzas Militares y el Ejército Nacional
- Atacar el núcleo de los Grupos Armados Ilegales
- Fomentar la desmovilización de mujeres y desvinculación de menores de edad
- Atacar los mensajes y discursos farianos
- Emplear conjuntamente los procesos del GAHD y Acción Integral del Ejército
- Apoyar las Operaciones de Acción Integral para lograr la Desmovilización
- Dirigir mensajes a milicias

- Dirigir los esfuerzos de comunicación según cada estructura al margen de la ley

La comunicación para la desmovilización tiene como eje vertebral el lanzamiento de un mensaje único que se adaptará a las particularidades de las distintas regiones y públicos objetivos a los que se quiere desmovilizar. (cuadros, milicias, mujeres, etc.)

La prioridad del mensaje usado en las líneas de acción se especifica por clases de programas. Los noticieros de la mañana, del medio día y programas especiales en la noche que se transmiten de domingo a domingo, los programas musicales que tienen su emisión durante espacios en el transcurso de la parrilla, programas juveniles, y los programas radiales que hablen de volver a la libertad a los futuros desmovilizados.

CRITERIOS PARA UTILIZAR LA RADIO EN LA DESMOVILIZACIÓN

La radio constituye una herramienta persuasiva que permite mantener en continua comunicación los distintos sucesos sociales, políticos, culturales y económicos de una colectividad.

Existen elementos indispensables a la hora de transmitir como es convencer, atraer y entretener al radioescucha y a ello hay que sumarle la magia, el encantamiento que puede producir un sonido, la música, una voz, inmersa en los contenidos de una programación novedosa, flexible que cautive a una amplia audiencia que en el contexto institucional se clasifica: propias tropas, población civil y enemigo.

El hombre de la radio tiene la responsabilidad de respetar los distintos puntos de vista, siempre y cuando estén bajo un marco constitucional y de los Derechos Humanos. Es un canal de comunicación orientado a impulsar el quehacer de las instituciones y el fortalecimiento del Estado en políticas de desmovilización y el diseño de la estrategia bajo la tutela del programa de atención al desmovilizado.

La utilización de los contenidos radiales deben ser veraces, pertinentes y atractivos para lograr los propósitos de incentivar la desmovilización.

- a) Divulgar la política entre los miembros al margen de la ley, transmitiendo información fidedigna y completa sobre los beneficios de los desmovilizados.
- b) Transformar los imaginarios sociales en pro de la aceptación e inclusión plena a la vida civil de los desmovilizados.
- c) Propiciar un clima de confianza y credibilidad entre los afectados, así como la legitimidad para el Estado.
- d) La estrategia debe producir mensajes claros y dignificantes a la condición humana del desmovilizado.
- e) Los mensajes diseñados debe ser neutrales y producir la máxima credibilidad.
- f) No se deben crear falsas expectativas.
- g) Los mensajes son únicos, los públicos no, varían según la idiosincrasia, su cultura, entre otros.

FRASES EMPLEADAS PARA INCENTIVAR LA DESMOVILIZACIÓN

**La desmovilización se llama Radio:
Emisoras del Ejército, programas
“Renacer” y “Voces, cuñas, mensajes.**

El locutor-control debe hacer uso de mensajes claros, concisos y precisos con el fin de lograr persuadir al oyente. Los siguientes son los mensajes a tener en cuenta:

- ✓ Desmovilícense.
- ✓ Contar los beneficios de la desmovilización.
- ✓ Pueden traer a la familia.
- ✓ Acogerse al programa le proporciona futuro, estudio y trabajo.
- ✓ No siempre lo que su cabecilla le dice es cierto, aquí no los matan, por que los soldados respetan su vida.
- ✓ Si se fuga, en libertad le espera una mejor vida.
- ✓ Si está cansado de la mala vida, fúguese y entréguese.
- ✓ No tenga miedo de salirse.
- ✓ Aquí le brindan los beneficios que prometen, vuélese ya.
- ✓ Es una mentira que lo matan, vale la pena que huya.
- ✓ Si esta aburrido y cansado, fúguese le espera una nueva vida.
- ✓ Salga de esa vida y busque otro camino.
- ✓ La mejor manera para que pueda vivir en paz es que salga de las Farc.
- ✓ Frente a las dificultades que tiene, desmovilice.
- ✓ Su familia lo espera siéntase libre.
- ✓ El gobierno le cumple con salud, techo y educación.
- ✓ Disfrute de su familia, y lo bueno de la libertad
- ✓ Desmovilice estar allá en las Farc es luchar por nada.

- ✓ No siga en esa vida que no sirve para nada. Viva en paz, no derrame más sangre.
- ✓ En la guerrilla todo es malo y sin futuro, aquí en el programa hay un futuro.

ACCIONES QUE DEBE SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN

- ✓ Fortalecer la franja nocturna e incrementar los testimonios del personal desmovilizado.
- ✓ Emitir mensajes que afecten la moral, que hablen de libertad, de la familia, del maltrato y las humillaciones a que son sometidos los guerrilleros rasos, de nuevas oportunidades de vida.
- ✓ Emisión de mensajes grabados ubicados en los cortes llamados break, en los bloques comerciales institucionales fuera del programa.
- ✓ Emisión de cuñas de 15, 20 y 30 segundos durante el desarrollo de toda la programación, e incrementadas en el horario nocturno
- ✓ Emitir cuñas que explote vulnerabilidades (ejemplo: los lujos, prebendas y dinero de los jefes frente a la pobre vida del guerrillero raso).
- ✓ Producción de microprogramas de un minuto, manteniendo una temática lógica y secuencial en donde se conozcan los beneficios del Grupo de Atención Humanitaria al Desmovilizado.
- ✓ En la producción de las cuñas, mensajes, se debe usar un lenguaje sencillo y claro, que no sea rebuscado y que se adapte a cualquier tipo de audiencia sin diferencias culturales, que sea comprendido y cumpla el objetivo el cual es convencer.
- ✓ Producir productos utilizando los diversos géneros radiales tales como el noticiero, musical y parrilla en general.
- ✓ Utilizar las diferentes herramientas y materiales para la creación de spots radiales, cuñas y programas originales y creativos.

FORMATOS PARA HACER LLEGAR EL MENSAJE

El mensaje: Son piezas cortas de 30", generalmente, que promueven el texto de la información y llevan inmersas la regla de las 6W:

QUIÉN / el sujeto

QUÉ/ el caso

CUÁNDO / el tiempo

DÓNDE / el lugar

POR QUÉ / la causa

CÓMO / el modo géneros informativos

Es una exhortación emocional, que tiene una gran influencia en las actitudes. El suscitar o fomentar el miedo es una estrategia psicosocial muy utilizada en nuestro medio para tratar de cambiar las actitudes de la población que integra los grupos armados ilegales llámese Farc o Eln.

Los mensajes pueden ser diversos, como por ejemplo.: "Guerrillero: a usted siempre lo espera la muerte, cada vez que comete un acto terrorista, desmovilícese, lo bueno de la libertad es estar con su familia". Ahora sí, el mensaje produce más miedo, la persona a quien va dirigido va a encontrar un efecto que quizás lo motive pronto a dejar las filas de la organización.

Aun cuando el mensaje radial depende de la perspectiva del emisor, se puede establecer de alguna manera la identificación con las ideas del receptor, en virtud de que no existe nada en concreto y se propicia la reflexión, pues cuando la idea se capta sólo auditivamente, el oyente lo visualiza con base en su propio campo de experiencia.

La cuña: es una forma radial en la que se transmite un mensaje sin presentarse a sí misma, sino que va integrada en otros formatos, al ser claro con su contenido. En principio no debe tener una duración mayor de un minuto y suele ser la forma más habitual para introducir la publicidad en un medio radiofónico. Debe ser breve, clara, concisa y efectiva a la hora de transmitirse. Aunque no existe una norma establecida en cuanto a su duración, normalmente se realizan contando un tiempo de 7 a 25 segundos.

Existen diferentes tipos de cuñas:

- Las publicitarias. Son aquellas que tienen un sentido de promoción comercial.

- Las institucionales. Anuncian actividades e información dirigida al ciudadano que lleva a término la Administración Pública.
- Las promocionales de la emisora. Son las que informan sobre programas de radio: contenido, día y hora de su emisión.

Las notas radiales: son pequeños programas de 2 a 4 minutos para comunicar una idea puntual, ello requiere de mayor producción radial y mayor información sobre desmovilización.

Los anuncios: son piezas cortas que buscan comunicar una información precisa en los procesos de desmovilización donde se incluye el cómo, cuando y donde se deben adelantar estos trámites.

La mesa redonda: se desarrolla a través de un programa más elaborado a nivel de producción y en donde se invita a diferentes personalidades públicas y especialistas en temas de desmovilización, con el fin de tratar el tema desde ópticas diferentes, es decir, desde una mirada política, social, económica y estructural.

La entrevista es una charla, sobre la base de una serie de preguntas, que sostiene un periodista y en este caso un locutor de una emisora, con otra persona, con el propósito de obtener informaciones que se desconoce pero que desea descubrir para satisfacer los intereses de sus lectores o oyentes en nuestro caso.

Permite un acercamiento virtual, un conocimiento directo de aquellos personajes que le resultan interesantes, admirados, queridos o en el caso que compete a este trabajo controvertidos por la misma actividad que tienen los integrantes de los grupos armados al margen la ley, los desmovilizados.

La crónica es otra pieza comunicativa que se puede desarrollar en un programa radial, que cuentan historias sobre el proceso de desmovilización y como su definición bien la describe: La crónica es un relato cronológico de un acontecimiento que permite reflejar historias de vida de personas específicas y cercanas a la vida cotidiana de los oyentes.

El reportaje Aunque es un trabajo de interpretación e información que reúne en su desarrollo todas las formas periodísticas, el reportaje es la modalidad periodística interpretativa por excelencia. Es una narración objetiva y subjetiva de un hecho desde su iniciación, pasando por su estado presente, y señalando las consecuencias que puede tener, y si el hecho de que se trata constituye un problema, apunta las posibles soluciones.

OTRA ESTRATEGIA DE PROGRAMACIÓN

A través de las 97 emisoras con las que hoy cuenta el Ejército nacional, ubicadas en diferentes regiones del país; asumió el liderazgo en la promoción de valores cívicos, el respeto por los Derechos Humanos y todas aquellas campañas que impulse la educación, el desarrollo y la integración de todos los colombianos. Además es el perfecto espacio para que las emisoras difundan la estrategia de desmovilización diseñada especialmente para épocas y fechas especiales, donde el objetivo es motivar e incentivar los sentimientos de amor, hacia la familia, los amigos, los hijos, el apego a su tierra, tradiciones o fiestas regionales.

Cronológicamente en el acontecer colombiano, meses como mayo en donde se celebra, el día de la madre; junio, día del padre; septiembre, mes del amor y la amistad; 31 de octubre día de los niños y diciembre, época en donde la ausencia de los padres, hijos, es más sentida por el guerrillero al estar lejos de ellos y en condiciones extremas ante el incremento de las operaciones militares en esta época del año.

Es importante que el locutor, aprovechando estas vulnerabilidades incentiven en forma viva y directa la emisión de cuñas y mensajes, donde se utilicen testimonios de personal desmovilizado, quienes tomaron la decisión de dejar las armas, y tienen la oportunidad de estar y disfrutar de la libertad junto a sus seres queridos. Todo lo anterior hace que el esfuerzo de la estrategia se vea reflejado en el incremento considerable de la pauta, llegando incluso hasta la saturación en la emisión de programas, cuñas, notas radiales entre otras, convirtiéndose en una oportunidad al año, única e irrepetible.

GLOSARIO

Captura: El acto de aprehender la persona responsable de un delito o reclamada por las autoridades. Para los niños, niñas y adolescentes se habla de “recuperación”.

Centros de Servicio – ACR (Agencia Colombiana para la Reintegración): Centros de atención y de enlace de los desmovilizados del proceso de reintegración social y económica de la ACR. Los Centros de Servicio – ACR son responsables de hacerle seguimiento a los desmovilizados así como garantizar la oferta de servicios para estos.

Centros de Referencia y Oportunidades Juveniles CROJ: Centros de referenciación y acompañamiento a los jóvenes que pasan por los procesos de restitución de derechos en el PAE del ICBF. Su principal función es referenciar a la población beneficiaria a la red de apoyo constituida en cada una de las regiones.

Comité Operativo para la Dejación de las Armas (CODA): Comité interinstitucional encargado de verificar que quienes busquen desmovilizarse individualmente verdaderamente hayan pertenecido a un GAOML. El CODA puede negar, aplazar o certificar estatus de desmovilizado a estas personas. En caso de certificar, el CODA entrega un certificado que permite al portador acceder a los beneficios y servicios del PDR.

Desarme: El desarme es una etapa del proceso de DDR y está compuesto por la recolección, documentación, inspección, empadronamiento, traslado y destrucción de todo el material de guerra. En el referido proceso se incluye el material de intendencia.

Desarme, desmovilización y reintegración (DDR): Un proceso que contribuye a la seguridad y la estabilidad en una zona, saliendo de una situación de conflicto o de violencia organizada generalizada al desarmar a los combatientes, sacarlos de estructuras militares y dotarlos con las herramientas necesarias para reintegrarse social y económicamente a la sociedad civil.

Desmovilización: La desmovilización es una etapa de un proceso de DDR, que consiste en la decisión individual y voluntaria de abandonar su pertenencia a un GAOML, así como sus actividades dentro del mismo. Este procedimiento se puede realizar individual o colectivamente.

La etapa de desmovilización está a cargo del Ministerio de Defensa Nacional (MDN) en el caso de desmovilizados individuales, y en las desmovilizaciones colectivas está a cargo de la Oficina del Alto Comisionado para la Paz (OACP).

Desmovilizado: Aquel que por decisión individual abandone voluntariamente sus actividades como miembro de organizaciones armadas al margen de la ley, esto es, grupos guerrilleros y grupos de autodefensa, y se entregue a las autoridades de la República.

Desvinculados: Se entiende por desvinculados, los niños, niñas y adolescentes menores de 18 años que en cualquier condición dejan de ser parte de grupos armados organizados al margen de la ley.

Grupo familiar: Se entiende como grupo familiar del desmovilizado(a), el (la) cónyuge o el (la) compañero (a) permanente, los hijos y, a falta de cualquiera de los anteriores, los padres. Cuando se trate de compañeros permanentes su unión debe ser acreditada en los términos de la ley 54 de 1990, modificada por la ley 979 de 2005.

Grupo armado al margen de la ley (GAOML): Se entiende por grupo armado organizado al margen de la ley aquel grupo de guerrilla o de autodefensas, o una parte significativa e integral de los mismos como bloques, frentes u otras modalidades de esas mismas organizaciones que, bajo la dirección de un mando responsable, ejerza sobre una parte del territorio un control tal que le permita realizar operaciones militares sostenidas y concertadas.

Incentivos: Actos o condiciones que motivan el logro de una meta.

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) Esta entidad atiende a menores desvinculados del conflicto desde la perspectiva de garantizar los derechos a menores y jóvenes así como brindarles protección integral, sin discriminación alguna. Para el ICBF existen diferencias en la concepción del menor desvinculado del conflicto armado y el proceso de atención a que tiene derecho. Para esta institución, los menores son desvinculados y los adultos son desmovilizados del conflicto armado interno. En este sentido, la desvinculación es un ejercicio de dejación de las armas, de manera voluntaria o por captura, independiente del grupo armado del cual provenga, y si este tiene o no reconocimiento político.

Niño, niña o adolescente: Cualquier persona menor de 18 años de edad.

Proceso: Conjunto de actividades que de forma lógica, ordenada y sistemática transforman un insumo en un producto final y a su vez genera retroalimentación.

Programa: Un término genérico que describe una serie de actividades diseñadas para lograr un objetivo específico. Para asegurar que los resultados de un programa se logren, las actividades se desarrollan dentro de un marco definido por una estrategia, unos principios claves y unas metas específicas. Juntos indican

como las actividades serán estructuradas e implementadas. Un programa también incluye una descripción de todos los aspectos necesarios para implementar las actividades planeadas, incluyendo aportes y recursos (personal, equipo, fondos etc.), preparativos administrativos, marco legal y análisis de riesgo.

Proyecto: Dentro de cada programa es posible que existan una serie de proyectos los cuales se definen como empresas separadas. Un proyecto es una intervención que consiste en una serie de actividades planeadas e interrelacionadas cuya meta es lograr un objetivo definido. Las actividades y objetivos de un proyecto normalmente se declaran en un documento de proyecto. Este acuerdo legal vincula a los signatarios a elaborar las actividades definidas y proporcionar recursos específicos para lograr los objetivos acordados.

Reinserción: Es la etapa justo después de la desmovilización pero previa a la reintegración. Comprende una asistencia transitoria para ayudar a cubrir las necesidades básicas del desmovilizado y su grupo familiar luego de la desmovilización y puede incluir prestaciones transitorias de comida, vestuario, alojamiento, servicios médicos, educación a corto plazo, entrenamiento, empleo e instrumentos de trabajo. Mientras que la reintegración hace referencia a un proceso a largo plazo que incluye procesos sociales y económicos de desarrollo, la reinserción se concentra en cubrir las necesidades inmediatas y algunos de sus componentes pueden durar hasta un año.

Reintegración: Es el proceso a través del cual los desmovilizados adquieren un estatus civil. La reintegración es esencialmente un proceso sin límite de tiempo, que se lleva a cabo primordialmente a nivel local. Hace parte del desarrollo general de un país y constituye una responsabilidad nacional que puede ser complementada con apoyo internacional.

Seguridad: Las percepciones de un individuo o grupo de individuos acerca de su seguridad física, bienestar y protección de un ataque o conflicto violento; ó el control de riesgo, integrado con una capacidad apropiada de reacción.

Sociedad Civil: Concepto original del modelo tri-sectorial que divide al Estado en gobierno, mercado y sociedad civil. Bajo esta perspectiva, la sociedad civil emerge como un sector voluntario constituido por individuos asociándose de forma libre y formal para conseguir propósitos sin ánimo de lucro en movimientos sociales, cuerpos religiosos, grupos femeninos y juveniles, organizaciones indígenas, asociaciones profesionales, sindicatos, etc.

ANEXO B

Para el desarrollo del presente trabajo se tuvo en cuenta el formato de entrevista psicológica diseñada por la Dirección de Acción Integral para establecer los generales de ley, el tiempo de permanencia y las razones por las cuales hacían parte de las filas en las organizaciones armadas al margen de la ley, así mismo la circunstancias en que tomaron la decisión de fugarse e incorporarse a la vida civil.

Por otra parte, la entrevista se cimienta como la herramienta indispensable para evaluar el perfil de los desmovilizados y de esa forma establecer cuáles eran los mensajes más apropiados para abordar el blanco objetivo, así como el canal por el cual se difunde el mismo.

FORMATO DE ENTREVISTA PSICOLÓGICA

UNIDAD: _____ FECHA: _____

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- a. Apellidos y nombres _____ Edad _____
b. N° Documento de identidad (CC o TI) : _____
c. Actividad u ocupación antes de ingresar a la organización _____
d. Ocupación en la organización: _____ ONT(frente) _____
e. Áreas geográficas en las que delinque el frente _____
f. Estado civil: _____ g. Último grado de estudios alcanzado _____

II. INFORMACIÓN DE INCORPORACIÓN O INGRESO

- a. En qué sitio fue reclutado? _____
b.Cuál fue la principal razón para ingresar a la organización? Edad de ingreso? _____
c. En qué sitios reclutaban personas y como los convencen? _____

III. INFORMACIÓN DE PERMANENCIA

- a.Cuál es el motivo que lleva a sus compañeros a continuar en la organización? _____
b. Qué lo mantuvo en la organización antes de pensar en desmovilizarse? _____
c. Los cabecillas se preocupaban por su bienestar y el de sus compañeros? (realizan actividades de diversión y entretenimiento) _____
d. Recibió algún tipo de maltrato físico o psicológico? Cuál? _____

IV. INFORMACIÓN DE DESMOVILIZACIÓN

a. Al cuánto tiempo de pertenecer a la organización toma la decisión de fugarse? _____

b. Cuál fue el factor que más incidió en Ud. para tomar la decisión de fugarse? _____

c. Qué fue lo que más lo desmoralizó y desmotivó para no continuar en la organización? _____

d. Qué recomienda para incrementar la desmovilización de sus compañeros miembros de la organización? _____

V. DEBILIDADES Y FORTALEZAS

a. Cuál es la principal debilidad de su organización? (armada, política o de convivencia entre sus miembros). _____

b. Cuál es la principal fortaleza de su organización? (armada, política o de convivencia entre sus miembros). _____

c. Cuál es la situación actual de su frente o cuadrilla? _____

d. Cómo está el nivel de motivación y moral de sus compañeros que aún permanecen en la guerrilla (verificar el estado de ánimo que predomina en la guerrillerada) _____

e. Qué temas trataba con los cabecillas? _____

f. Qué temas no tratan los cabecillas y porqué? _____

g. Cuando tenía contacto con la población civil? _____

h. Cada cuanto visitaba a su familia? _____

i. Qué noticias o mensajes desmoralizan a los guerrilleros y cabecillas? _____

j. Qué clase de vicios son frecuentes en el personal? (Consumo de cigarrillo, licor y drogas (marihuana, bazuco, cocaína)) _____

k. Qué temas o situaciones generan diferencias o discusiones entre los miembros del grupo armado? _____

l. Información sobre el cabecilla. Nombre : _____ **Alias** _____

Aficiones _____

Costumbres _____

Formación académica y cultural _____

Grado de aceptación en la comunidad y en el frente _____

Principales fortalezas y debilidades _____

m. Cuántos miembros del grupo armado son menores de edad? _____

n. Qué cosas son prohibidas dentro de la organización? _____

VI. ACTITUDES FRENTE A LAS FUERZAS MILITARES

a. Cómo actuaba el grupo cuando se enteraba de la presencia de las Fuerzas Militares? _____

-
-
- b. Qué comentan los cabecillas de los mensajes de las Fuerzas militares? _____
- c. Qué comentaban sus compañeros de los mensajes de las Fuerzas Militares? _____
- d. Qué recomienda para mejorar los mensajes del Ejército? (volantes, radiales) _____
- e. Ha visto o participado en actividades dirigidas a la población civil realizadas por el Ejército? (jornadas humanitarias) _____
- f. Conoce los GEOS? Han incidido en su familia? _____
- g. Los GEOS presionan a sus familias para recibir información? _____

IV. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- a. Usted ha escuchado mensajes de radio del Ejército? _____ En qué horario los escuchó? _____
- b. Qué emisoras se escuchan con frecuencia? _____
- c. Sintoniza la emisora del Ejército? _____ En qué horarios la pudo escuchar? _____
- d. Los miembros de la organización acceden a un radio fácilmente o se les prohíbe su uso? _____
- e. Ha escuchado por la radio testimonios de miembros de la organización que se hayan desmovilizado? _____ Al cuánto tiempo de desmovilizarse esta persona, usted escuchó el mensaje? _____
- f. Recuerda algún mensaje que le haya llamado la atención? Cuál? _____
- g. Escuchó alguna vez mensajes emitidos desde helicópteros? _____
- h. Ha leído volantes enviados por el Ejército? _____
- i. Su organización tiene emisora?, _____ dónde se ubica?, que amplitud posee y quienes son los encargados de manejarla? _____
- j. Qué mensaje quisiera hacerle llegar a sus compañeros que aún permanecen en la organización? _____
- k. Qué mensaje quisiera hacerle llegar al cabecilla del grupo armado al cual pertenecía? _____
- l. Recuerda haber escuchado o visto alguna propaganda en contra del empleo de las minas antipersonales? Si la respuesta es afirmativa, explique que impacto le causó? _____
-
-

ANEXO C

ESCUELA SUPERIOR DE GUERRA



ESDEGUE-SIIA-CEESEDEN

GUÍA PRÁCTICA PARA HACER DE LA RADIO INSTITUCIONAL UN MEDIO QUE LOGRE LA DESMOVILIZACIÓN DE GRUPOS ARMADOS ILEGALES

AUTORES

Mayor SANDRA YANET GÓMEZ PENAGOS sandra_angel3@yahoo.com
Mayor MARGARITA MARÍA QUIROGA VARGAS maquiva7@hotmail.com

Resumen

La finalidad del presente trabajo es facilitar las herramientas necesarias para quienes tienen la responsabilidad de la dirección, locución y control de las emisoras del Ejército Nacional. Con ello afianzar el compromiso de usar correctamente los medios tanto técnicos como humanos para mejorar, dinamizar y proyectar sus habilidades y actitudes con el fin de incentivar e incrementar la desmovilización.

PALABRAS CLAVE: locución control, medios técnicos y humanos, estrategia de comunicación, emisora, locutor, cuña radial, mensaje, emisión.

INTRODUCCIÓN

Elaborar un texto o guía escrita para el uso adecuado de la radio institucional, que motive a quienes hacen parte de las organizaciones al margen de la ley a que dejen las armas y obtengan los beneficios estatales. Un texto que reúna la experiencia y la innovación para ser empleado por quienes tienen la

responsabilidad de implementar, a través de la radio, las campañas de desmovilización.

Los objetivos propuestos del Proyecto, que expresaban el impacto institucional esperado como resultado de esta investigación, pueden resumirse en aspectos fundamentales como son el hecho de generar mediante conceptos teóricos los elementos que se tienen a través de la comunicación radial para el manejo adecuado de los medios institucionales teniendo como finalidad la desmovilización; así mismo brindar herramientas relativas a los géneros periodísticos (entrevista, reportaje, crónica) para informar, persuadir y comunicar, de acuerdo a los objetivos de la Institución; y de la misma forma diseñar productos radiales como los mensajes y las cuñas haciendo uso de las capacidades intelectuales y de esta forma permitir, al personal que se desempeña en las emisoras institucionales, un idóneo lenguaje radial.

1. Desarrollo teórico

Proporcionar información general de la radio de interés público e institucional, en donde se pauta la importancia del medio como apoyo en la planeación, difusión de los éxitos operacionales y el compromiso de los hombres en el campo de la defensa y preservación de los Derechos Humanos en el proceso de desmovilización, y al tener este conocimiento poder influir positivamente en la vida de los colombianos, con la difusión de mensajes, programas y cuñas en donde los valores y principios son el contenido principal de una programación que tiene como fin fortalecer y dar legitimidad a la Institución.

Los fines de la radio de interés público están orientados, según el Decreto 2805 de 2008 modificado por la resolución 415 de 2010, a "... satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, en el área geográfica objeto de cubrimiento y tendrá como fines, contribuir al fortalecimiento del patrimonio cultural y natural de la nación, difundir la cultura y la ciencia y fomentar la productividad del país, promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática, preservar la pluralidad, identidad e idiosincrasia nacional, servir de canal para la integración del pueblo colombiano y la generación de una sociedad mejor informada y educada, difundir los valores y símbolos patrios, contribuir a la defensa de la soberanía, de las instituciones democráticas, asegurar la convivencia pacífica y brindar apoyo en la prevención, atención y recuperación de emergencias y desastres. Por tanto, todos los proveedores tendrán la obligación de ajustar sus programas radiales a los fines indicados"²⁷.

²⁷ COLOMBIA. Resolución 415 de 2010. Diario Oficial No. 47.685 de 19 de abril de 2010.

Por otra parte, las emisoras de la Fuerza Pública "tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de difundir los valores y símbolos patrios, de contribuir a la defensa de la soberanía y de las instituciones democráticas y, de asegurar el ejercicio ciudadano y la convivencia pacífica. Este servicio se prestará a través del Ministerio de Defensa Nacional, por conducto de la Fuerza Pública integrada por las Fuerzas Militares (Ejército, Armada y Fuerza Aérea) y la Policía Nacional"²⁸.

Es preciso generar mediante conceptos teóricos los recursos que se tienen a través de la comunicación radial para el manejo de los medios institucionales teniendo como principal finalidad la desmovilización, utilizando los géneros periodísticos (entrevista, reportaje, crónica) para informar, persuadir y comunicar, de acuerdo a los objetivos de la Institución, en el marco del programa de desmovilización. Además de los elementos como los géneros periodísticos y los mensajes, cuñas, sumado a las capacidades intelectuales para permitir, al personal que se desempeña en las emisoras institucionales, un idóneo lenguaje radial, el cual facilita el cumplimiento de la misión.

Las emisoras del Ejército se han mantenido con una misión fundamental la cual es que "...a través de sus emisoras institucionales fijas, móviles y portátiles, adelanta operaciones de acción Integral General y Coordinada, para apoyar las campañas de acción integral que proyecta la Institución militar hacia los tres blancos de audiencia, buscando incrementar la moral y actitud combativa de las tropas, defender, exaltar y elevar la imagen institucional, promover el afecto, participación y colaboración de la población civil con las Unidades, generar desmovilizaciones masivas, prevenir el reclutamiento forzado e impulsar la recuperación social del territorio".²⁹

Desde el momento en el cual se tuvo la necesidad de tener un medio de comunicación propio, que fuera un factor decisivo en el rigor de la guerra, las emisoras del Ejército Nacional, cumplieron y siguen cumpliendo un imperioso papel como es lograr penetrar en tres blancos de audiencia (propias tropas, población civil y el enemigo) que están claramente definidos e identificados en el marco de la actual estrategia del conflicto.

Mediante esta inversión radial en todo el país, se llega a la población civil, a las propias tropas y al objetivo, que para el tema es determinante, el enemigo quien espera recibir los beneficios del Estado por dar el paso a la libertad, pero que para hacerlo necesita permanente información sobre los alcances del Alto Gobierno, en cuanto a los beneficios del Grupo de Atención Humanitaria al Desmovilizado.

²⁸ Ibidem. Artículo 60

²⁹ Plan de Campaña 'Espada de Honor', Anexo G, Apéndice D

Manteniendo un contacto directo con aquellos que han vivido ese proceso, se evidencia el alcance de la radio institucional, no solo para informar, sino también para motivar a dar ese paso trascendental en la búsqueda de la paz.

Si bien para la Institución es un mecanismo necesario para debilitar el enemigo, se ha precisado trazar unos derroteros concretos con parámetros exactos que lleven a delinear manejos precisos del lenguaje, de la mano con análisis psicológicos para llegar al cumplimiento de los objetivos. Por lo tanto se consideró necesaria la elaboración de una GUÍA PRÁCTICA, para lo cual se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos que consideramos necesarios:

En el capítulo inicial se describen los antecedentes históricos de la radio en Colombia así como de la Institución, las emisoras de Interés Público y su marco legal hasta llegar a las emisoras llamadas itinerantes o móviles que buscan acceder a todos los rincones del territorio colombiano. Adicionalmente, se consideró información sobre los requerimientos técnicos y físicos, teniendo como fin acceder a todos los espacios geográficos, a pesar de las dificultades en distancias y en cubrimiento.

En el capítulo siguiente se especificarán los elementos requeridos para llevar a cabo el proceso informativo, y de motivación fundamentados en el material humano y todas las tipologías de aquellos que entran a hacer parte del medio radial.

El tercer capítulo abordará directamente los beneficios del Programa Estatal de Desmovilización, y cómo se aplica la radio para lograr el objetivo, a la par con una programación estratégicamente elaborada mediante mensajes específicos, y contando con los géneros periodísticos, principalmente, el uso de la entrevista a aquellos que cumplieron con el proceso de desmovilización.

Para lograr el desarrollo eficaz de los productos radiales, se hizo necesario consultar y actualizar las estadísticas llevadas por las Unidades Militares en las secciones de Inteligencia y Acción Integral, quienes a través de las entrevistas realizadas a los desmovilizados logran determinar los motivos de fuga de los miembros de las organizaciones terroristas y con ello proponer las recomendaciones generales para incrementar la desmovilización.

Finalmente el trabajo recapitula las bases concretas, informativas y de permanente consulta, una serie de instrucciones y lineamientos para el personal activo en las unidades militares que cuentan con el medio radial y de donde sale el mensaje propuesto para lograr persuadir hacia la desmovilización a los miembros de los grupos armados al margen de la ley.

Análisis de la información

El objetivo principal se centró en lograr establecer la estrategia radial a ser empleada con el fin de lograr la desmovilización de los miembros de los grupos terroristas al margen de la ley. Para ello se recurrió a las estadísticas presentadas por la Dirección de Acción Integral, donde se establecen las presentaciones voluntarias por Organización Terrorista (Eln, Epl y Farc) a las Unidades Operativas Mayores y Menores, Tácticas, entre otras unidades de las Fuerzas Militares.

Así mismo los datos revelan las debilidades de las ONT, donde el desabastecimiento, la falta de armamento, de personal, la indisciplina, el maltrato y la presión del Ejército hacen que el terrorista sufra la desmejora de sus condiciones mentales y físicas encaminándolo hacia la desmovilización.

De esta forma se logra evidenciar que los principales motivos de fuga en las organizaciones terroristas versan sobre la ausencia de la familia, el aburrimiento, las enfermedades, el miedo a sus cabecillas, y los mismos mensajes direccionados por las emisoras institucionales.

Conclusiones

Los resultados finales del trabajo en general ha mostrado que la información, conceptos y elementos hacen de la radio institucional un medio que logra la desmovilización de los grupos armados ilegales, herramientas útiles y valiosas para producir mejoras apreciables y significativas, tanto en el incremento de quienes quieren alcanzar la libertad, como en el aprendizaje de los directores, locutores - controles de las emisoras, contribuyendo así al logro de los objetivos Institucionales.

1. En el momento crucial en que se desarrolla el conflicto se hace necesario el adecuado manejo de las Emisoras del Ejército, por parte del personal militar y civil que tienen la responsabilidad de crear mensajes acordes a la estrategia del Plan de Campaña y los lineamientos del MDN, que incidan psicológicamente a los grupos armados al margen de la ley para con ello incentivar su desmovilización.
2. La radio es el mejor canal de enlace con el que cuenta la Fuerza para llegar a la población en general y es una herramienta que aumenta el poder de combate.
3. Es necesario entender y no desconocer la función social, administrativa y técnica, así como la normatividad existente para las emisoras de interés público con el fin de incentivar a los miembros de los GAOML a desmovilizarse y aprovechar los beneficios propuesto por el Gobierno Nacional acorde con el Programa de Atención Humanitaria al Desmovilizado.

4. Gran parte del éxito en el manejo de las emisoras del Ejército reside en la manera en que se usan las herramientas de las que dispone la Fuerza y en la capacidad para innovar y crear procesos comunicativos que lleguen a los diferentes públicos objetivos.

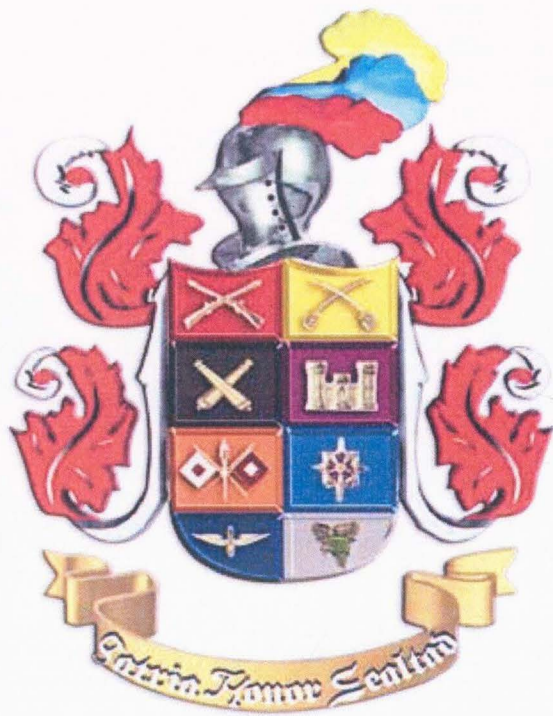
Bibliografía

1. COLOMBIA. Resolución 415 de 2010. Diario Oficial No. 47.685 de 19 de abril de 2010.
2. Plan de Campaña 'Espada de Honor', Anexo G, Apéndice D

*Guía Práctica
Emisora del Ejército*



Campana Desmovilización







Guía Práctica Emisora del Ejército *Campaña Desmovilización*

El medio de radiodifusión del Ejército es una herramienta de apoyo para las operaciones militares. Desde el año 2004, mediante el Decreto N° 2767 se reglamentó en materia de reincorporación a la vida civil, así como el apoyo del Gobierno Nacional para facilitar a los desmovilizados mecanismos que les brinden una oportunidad para incorporarse a un proyecto de vida de manera segura y digna; para ello se creó el Programa de Atención Humanitaria al Desmovilizado, GAHD, cual contempla formalmente la estrategia de comunicación (basada en la utilización de medios masivos institucionales como radio, televisión, web e impresos para transmitir el mensaje) y de esta forma motivar la desmovilización de los grupos armados ilegales.

Por otra parte, en el 2006 se creó en el Ministerio de Defensa la Agencia Colombiana para la Reintegración “enfocado en el individuo y busca reformar y preparar a las personas desmovilizadas a través de atención psicosocial, capacitación académica y acceso al sistema nacional de salud, además de una mensualidad económica”.

La estrategia, por parte de la Cartera de Defensa, dio especial importancia a la inversión publicitaria en radio dado que los miembros de los grupos armados al margen

de la ley aún en sus filas se esfuerzan por mantener comunicación e información del mundo exterior a través de este medio, sin importar las condiciones extremas en las que se encuentran.

La fuente primaria alimentada por el relato de los propios desmovilizados en las emisoras del Ejército, direccionó los objetivos de comunicación hacia una parrilla de programación donde se abrieron espacios en franjas dirigidas a un público, muy particular, como son los integrantes de los grupos ilegales. Lo anterior da paso a la producción y emisión de programas, cuñas y mensajes que incentiva tanto la desmovilización como la prevención del reclutamiento de menores.

Sin duda alguna, la red de emisoras del Ejército fijas, móviles y portátiles o tácticas ubicadas a lo largo y ancho del territorio colombiano, fue creando un entorno de audiencia exclusiva en franjas horarias de trabajo de 06:00 a.m. a 18:00 p.m. y de 18:00 p.m. a 06:00 a.m., horarios que se fueron posicionando, en especial, durante la noche y por consiguiente los oyentes se ubicaron según sus necesidades. En el caso que compete al público objetivo, integrante de las organizaciones al margen de la ley, la programación que emiten las emisoras tiene un alto impacto, por



parte de quienes los combaten: los soldados.

Por lo anterior, las estaciones radiales del Ejército, se convierten en un aliado para el GAHD e indispensable para la estrategia de desmovilización diseñada, especialmente, para todos aquellos hombres y mujeres de los grupos ilegales y el cual se surte de los testimonios de desmovilizados para desvirtuar los argumentos que utilizan las organizaciones terroristas para mantener y reclutar niños y jóvenes. Motivar nuevas desmovilizaciones, delación de cabecillas y el suministro de información que permita decomisar armas, municiones, explosivos, material de

intendencia, equipos de comunicaciones, a través de entrevistas que se realiza a desmovilizados y que hace parte del programa de reinserción del Gobierno Nacional.

Regulación de la Radio

Con la constitución de 1991 Colombia fortaleció el derecho a la información y expresión según lo contemplado en su artículo 20 el cual reza: "Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura".

A mediados de los 90's se produce un nuevo desarrollo en la evolución del sistema radial con el surgimiento de la radio de interés público y la radio comunitaria. La demanda creciente de medios de comunicación por parte de entidades públicas configuró una nueva tendencia en la historia radial. El Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora del Estado colombiano, establece los alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los concesionarios; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del

Hacer radio, una gran responsabilidad. El poder de los medios y de la palabra; lo que decimos causa efectos sobre nosotros y los demás.





servicio, bajo estos criterios se clasifica la radio de interés público en la cual se enmarca las emisoras de la Fuerza Pública y entre ellas las emisoras institucionales del Ejército Nacional.

El Decreto 2805 de 2008, por medio del cual se unifico y estableció el régimen jurídico del servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia. Así mismo como los criterios para la clasificación de emisoras de interés público y para el otorgamiento de emisoras móviles a las Fuerzas Armadas.

La Resolución 415 de 2010, reglamento otras disposiciones generales del servicio de radiodifusión sonora; la clasificación del servicio; la programación y pautas publicitarias; el servicio de radiodifusión sonora de interés público, el cual contempla su clasificación y los fines del servicio de las emisoras de la Fuerza Pública.

Características de la estrategia de comunicación

Con el propósito de difundir y posicionar el GAHD dando

cumplimiento a los objetivos principales de motivar a integrantes de grupos armados al margen de la ley a que se desmovilicen, sensibilizar a la comunidad y hacer prevención de reclutamiento forzoso, se hace necesario: emplear la radio de la Fuerzas Militares y de la Policía Nacional con la realización de programas, cuñas, mensajes y otras modalidades de transmisión radial.

La estrategia comunicacional establece unas líneas de acción para direccionar el esfuerzo a la desmovilización, dentro de lo que se debe tener en cuenta el enfoque anterior basado en la articulación con el Plan de Campaña, el aprovechamiento de la inconformidad de los miembros de Farc, mantener el mensaje dirigido a aspectos personales y familiares, realizar campañas regionales y reconocer el GADH.

Tomando en cuenta los tres objetivos principales, Desarme, Desmovilización y Reintegración, el mensaje debe llegar a toda la población Colombiana, aunque existen zonas estratégicas que merecen un acompañamiento de



divulgación específico.

Esta maniobra estratégica se desarrolla sobre nueve áreas bajo la responsabilidad de las Divisiones y Fuerzas de Tarea en zonas previamente establecidas así: en el Nudo de Paramillo, en la Región del Catatumbo, en Arauca, en Cauca-Valle, en Nariño, en el Sur de Tolima, en el Putumayo, en el Caquetá y en La Guajira, sin desconocer que el esfuerzo está representado a través de las Emisoras en el resto del territorio nacional.

Las líneas de acción contemplan nuevos elementos como:

- Liderazgo del Ministerio de Defensa Nacional, el Comando General de las Fuerzas Militares y el Ejército Nacional
- Atacar el núcleo de los Grupos Armados Ilegales
- Fomentar la desmovilización de mujeres y desvinculación de menores de edad
- Atacar los mensajes y discursos farianos
- Emplear conjuntamente los procesos del GAHD y Acción Integral del Ejército
- Apoyar las Operaciones de Acción Integral para lograr la Desmovilización
- Dirigir mensajes a milicias
- Dirigir los esfuerzos de comunicación según cada estructura al margen de la ley

La comunicación para la desmovilización tiene como eje vertebral el lanzamiento de un mensaje único que se adaptará a las particularidades de las distintas regiones y públicos objetivos a los que se quiere desmovilizar. (cuadros, milicias, mujeres, etc.)

La prioridad del mensaje usado en las líneas de acción se especifica por clases de programas. Los noticieros de la mañana, del medio día y programas especiales en la noche que se transmiten de domingo a domingo, los programas musicales que tienen su emisión durante espacios en el transcurso de la parrilla, programas juveniles, y los programas radiales que hablen de volver a la libertad a los futuros desmovilizados.

Criterios para utilizar la radio en la desmovilización

La radio constituye una herramienta persuasiva que permite mantener en continua comunicación los distintos sucesos sociales, políticos, culturales y económicos de una colectividad.



Existen elementos indispensables a la hora de transmitir como es convencer, atraer y entretener al radioescucha y a ello hay que sumarle la magia, el encantamiento que puede producir un sonido, la música, una voz, inmersa en los contenidos de una programación novedosa, flexible que cautive a una amplia audiencia que en el contexto institucional se clasifica: propias tropas, población civil y enemigo.

El hombre de la radio tiene la responsabilidad de respetar los distintos puntos de vista, siempre y cuando estén bajo un marco constitucional y de los Derechos Humanos. Es un canal de comunicación orientado a impulsar el quehacer de las instituciones y el fortalecimiento del Estado en políticas de desmovilización y el diseño de la estrategia bajo la tutela del programa de atención al desmovilizado.

La utilización de los contenidos radiales deben ser veraces, pertinentes y atractivos para lograr los propósitos de incentivar la desmovilización.

- a) Divulgar la política entre los miembros al margen de la ley, transmitiendo información fidedigna y completa sobre los beneficios de los desmovilizados.
- b) Transformar los imaginarios sociales en pro de la aceptación e

inclusión plena a la vida civil de los desmovilizados.

- c) Propiciar un clima de confianza y credibilidad entre los afectados, así como la legitimidad para el Estado.
- d) La estrategia debe producir mensajes claros y dignificantes a la condición humana del desmovilizado.
- e) Los mensajes diseñados debe ser neutrales y producir la máxima credibilidad.
- f) No se deben crear falsas expectativas.
- g) Los mensajes son únicos, los públicos no, varían según la idiosincrasia, su cultura, entre otros.

Frases Empleadas para Incentivar la Desmovilización

El locutor-control debe hacer uso de mensajes claros, concisos y precisos con el fin de lograr persuadir al oyente. Los siguientes son los mensajes a tener en cuenta:

- Desmovilícense.
- Contar los beneficios de la desmovilización.



La desmovilización se llama Radio: Emisoras del Ejército, programas "Renacer" y "Voces, cuñas, mensajes.

- Pueden traer a la familia.
- Acogerse al programa le proporciona futuro, estudio y trabajo.
- No siempre lo que su cabecilla le dice es cierto, aquí no los matan, por que los soldados respetan su vida.
- Si se fuga, en libertad le espera una mejor vida.
- Si está cansado de la mala vida, fúguese y entréguese.
- No tenga miedo de salirse.
- Aquí le brindan los beneficios que prometen, vuéllese ya.
- Es una mentira que lo matan, vale la pena que huya.
- Si esta aburrido y cansado, fúguese le espera una nueva vida.
- Salga de esa vida y busque otro camino.
- La mejor manera para que pueda vivir en paz es que salga de las Farc.
- Frente a las dificultades que tiene, desmovilice.
- Su familia lo espera siéntase libre.
- El gobierno le cumple con salud, techo y educación.

- Disfrute de su familia, y lo bueno de la libertad
- Desmovilice estar allá en las Farc es luchar por nada.
- No siga en esa vida que no sirve para nada. Viva en paz, no derrame más sangre.
- En la guerrilla todo es malo y sin futuro, aquí en el programa hay un futuro.

Acciones que debe seguir en el desarrollo de la programación

- Fortalecer la franja nocturna e incrementar los testimonios del personal desmovilizado.
- Emitir mensajes que afecten la moral, que hablen de libertad, de la familia, del maltrato y las humillaciones a que son sometidos los guerrilleros rasos, de nuevas oportunidades de vida.
- Emisión de mensajes grabados ubicados en los cortes llamados break, en los bloques comerciales institucionales fuera del programa.
- Emisión de cuñas de 15, 20 y 30 segundos durante el desarrollo de toda la programación, e incrementadas en el horario nocturno
- Emitir cuñas que explote vulnerabilidades (ejemplo: los lujos, prebendas y dinero de los jefes



frente a la pobre vida del guerrillero raso).

- Producción de microprogramas de un minuto, manteniendo una temática lógica y secuencial en donde se conozcan los beneficios del Grupo de Atención Humanitaria al Desmovilizado.
- En la producción de las cuñas, mensajes, se debe usar un lenguaje sencillo y claro, que no sea rebuscado y que se adapte a cualquier tipo de audiencia sin diferencias culturales, que sea comprendido y cumpla el objetivo el cual es convencer.
- Producir productos utilizando los diversos géneros radiales tales como el noticiero, musical y parrilla en general.
- Utilizar las diferentes herramientas y materiales para la creación de spots radiales, cuñas y programas originales y creativos.

Formatos para hacer llegar el mensaje

El mensaje: Son piezas cortas de 30", generalmente, que promueven el texto de la información y llevan inmersas la regla de las 6W:

QUIÉN / el sujeto

QUÉ / el caso

CUÁNDO / el tiempo

DÓNDE / el lugar

POR QUÉ / la causa

CÓMO / el modo géneros informativos

Es una exhortación emocional, que tiene una gran influencia en las actitudes. El suscitar o fomentar el miedo es una estrategia psicoso-





cial muy utilizada en nuestro medio para tratar de cambiar las actitudes de la población que integra los grupos armados ilegales llámese Farc o Eln.

Los mensajes pueden ser diversos, como por ejemplo.: “Gue-rillero: a usted siempre lo espera la muerte, cada vez que comete un acto terrorista, desmovilícese, lo bueno de la libertad es estar con su familia”. Ahora sí, el mensaje produce más miedo, la persona a quien va dirigido va a encontrar un efecto que quizás lo motive pronto a dejar las filas de la organización.

Aun cuando el mensaje radial depende de la perspectiva del emisor, se puede establecer de alguna manera la identificación con las ideas del receptor, en virtud de que no existe nada en concreto y se propicia la reflexión, pues cuando la idea se capta sólo auditivamente, el oyente lo visualiza con base en su propio campo de experiencia.

La cuña: es una forma radial en la que se transmite un mensaje sin presentarse a sí misma, sino que va integrada en otros formatos, al ser claro con su contenido. En principio no debe tener una duración mayor de un minuto y suele ser la forma más habitual para introducir la publicidad en un medio radiofónico. Debe ser breve, clara, concisa y efectiva a la hora de transmitirse. Aunque no existe una norma establecida en cuanto a su duración, normalmente se realizan contando un tiempo de 7 a 25 segundos.

Existen diferentes tipos de cuñas:

- Las publicitarias. Son aquellas que tienen un sentido de promoción comercial.
- Las institucionales. Anuncian actividades e información dirigida al ciudadano que lleva a término la Administración Pública.





- Las promocionales de la emisora. Son las que informan sobre programas de radio: contenido, día y hora de su emisión.

Las notas radiales: son pequeños programas de 2 a 4 minutos para comunicar una idea puntual, ello requiere de mayor producción radial y mayor información sobre desmovilización.

Los anuncios: son piezas cortas que buscan comunicar una información precisa en los procesos de desmovilización donde se incluye el cómo, cuando y donde se deben adelantar estos trámites.

La mesa redonda: se desarrolla a través de un programa más elaborado a nivel de producción y en donde se invita a diferentes personalidades públicas y especialistas en temas de desmovilización, con el fin de tratar el tema desde ópticas diferentes, es decir, desde una mirada política, social, económica y estructural.

La entrevista es una charla, sobre la base de una serie de preguntas, que sostiene un periodista y en este caso un locutor de una emisora, con otra persona, con el propósito de obtener informaciones que se desconoce pero que desea

descubrir para satisfacer los intereses de sus lectores o oyentes en nuestro caso.

Permite un acercamiento virtual, un conocimiento directo de aquellos personajes que le resultan interesantes, admirados, queridos o en el caso que compete a este trabajo controvertidos por la misma actividad que tienen los integrantes de los grupos armados al margen la ley, los desmovilizados.

La crónica es otra pieza comunicativa que se puede desarrollar en un programa radial, que cuentan historias sobre el proceso de desmovilización y como su definición bien la describe: La crónica es un relato cronológico de un acontecimiento que permite reflejar historias de vida de personas específicas y cercanas a la vida cotidiana de los oyentes.

El reportaje Aunque es un trabajo de interpretación e información que reúne en su desarrollo todas las formas periodísticas, el reportaje es la modalidad periodística interpretativa por excelencia. Es una narración objetiva y subjetiva de un hecho desde su iniciación, pasando por su estado presente, y señalando las consecuencias que puede tener, y si el hecho de que se trata constituye un problema, apunta las posibles soluciones.





Otra estrategia de Programación

A través de las 97 emisoras con las que hoy cuenta el Ejército nacional, ubicadas en diferentes regiones del país; asumió el liderazgo en la promoción de valores cívicos, el respeto por los Derechos Humanos y todas aquellas campañas que impulse la educación, el desarrollo y la integración de todos los colombianos. Además es el perfecto espacio para que las emisoras difundan la estrategia de desmovilización diseñada especialmente para épocas y fechas especiales, donde el objetivo es motivar e incentivar los sentimientos de amor, hacia la familia, los amigos, los hijos, el apego a su tierra, tradiciones o fiestas regionales.

Cronológicamente en el acontecer colombiano, meses como mayo en donde se celebra, el día de la madre; junio, día del padre; septiembre, mes del amor

y la amistad; 31 de octubre día de los niños y diciembre, época en donde la ausencia de los padres, hijos, es más sentida por el guerrillero al estar lejos de ellos y en condiciones extremas ante el incremento de las operaciones militares en esta época del año.

Es importante que el locutor, aprovechando estas vulnerabilidades incentiven en forma viva y directa la emisión de cuñas y mensajes, donde se utilicen testimonios de personal desmovilizado, quienes tomaron la decisión de dejar las armas, y tienen la oportunidad de estar y disfrutar de la libertad junto a sus seres queridos.

Todo lo anterior hace que el esfuerzo de la estrategia se vea reflejado en el incremento considerable de la pauta, llegando incluso hasta la saturación en la emisión de programas, cuñas, notas radiales entre otras, convirtiéndose en una oportunidad al año, única e irrepetible.



Glosario clave desmovilización

Captura: El acto de aprehender la persona responsable de un delito o reclamada por las autoridades. Para los niños, niñas y adolescentes se habla de "recuperación".

Centros de Servicio – ACR (Agencia Colombiana para la Reintegración): Centros de atención y de enlace de los desmovilizados del proceso de reintegración social y económica de la ACR. Los Centros de Servicio – ACR son responsables de hacerle seguimiento a los desmovilizados así como garantizar la oferta de servicios para estos.

Centros de Referencia y Oportunidades Juveniles CROJ: Centros de referenciación y acompañamiento a los jóvenes que pasan por los procesos de restitución de derechos en el PAE del ICBF. Su principal función es referenciar a la población beneficiaria a la red de apoyo constituida en cada una de las regiones.

Comité Operativo para la Dejeción de las Armas (CODA): Comité interinstitucional encargado de verificar que quienes busquen desmovilizarse individual-

mente verdaderamente hayan pertenecido a un GAOML. El CODA puede negar, aplazar o certificar estatus de desmovilizado a estas personas. En caso de certificar, el CODA entrega un certificado que permite al portador acceder a los beneficios y servicios del PDR.

Desarme: El desarme es una etapa del proceso de DDR y está compuesto por la recolección, documentación, inspección, empadronamiento, traslado y destrucción de todo el material de guerra. En el referido proceso se incluye el material de intendencia.

Desarme, desmovilización y reintegración (DDR): Un proceso que contribuye a la seguridad y la estabilidad en una zona, saliendo de una situación de conflicto o de violencia organizada generalizada al





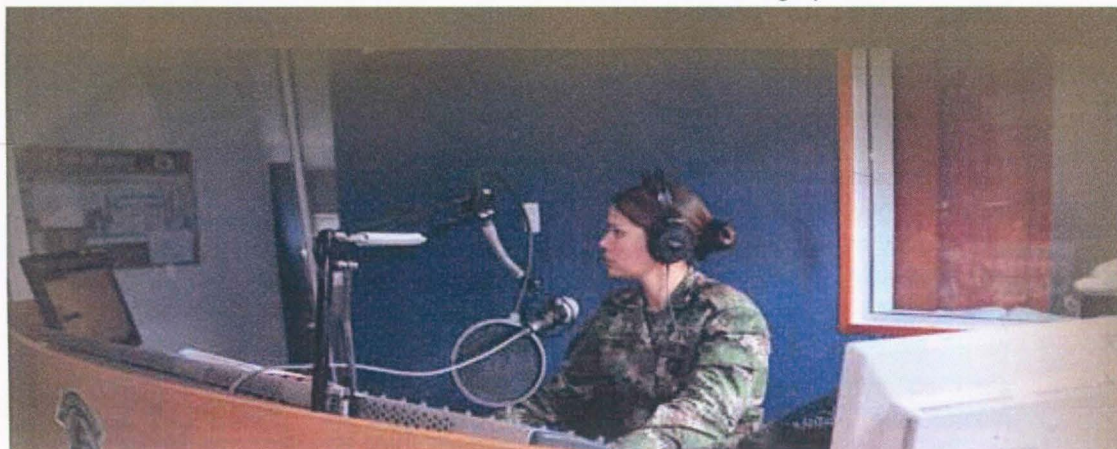
desarmar a los combatientes, sacarlos de estructuras militares y dotarlos con las herramientas necesarias para reintegrarse social y económicamente a la sociedad civil.

Desmovilización: La desmovilización es una etapa de un proceso de DDR, que consiste en la decisión individual y voluntaria de abandonar su pertenencia a un GAOML, así como sus actividades dentro del mismo. Este procedimiento se puede realizar individual o colectivamente.

miembro de organizaciones armadas al margen de la ley, esto es, grupos guerrilleros y grupos de autodefensa, y se entregue a las autoridades de la República.

Desvinculados: Se entiende por desvinculados, los niños, niñas y adolescentes menores de 18 años que en cualquier condición dejan de ser parte de grupos armados organizados al margen de la ley.

Grupo familiar: Se entiende como grupo familiar del



La etapa de desmovilización está a cargo del Ministerio de Defensa Nacional (MDN) en el caso de desmovilizados individuales, y en las desmovilizaciones colectivas está a cargo de la Oficina del Alto Comisionado para la Paz (OACP).

Desmovilizado: Aquel que por decisión individual abandone voluntariamente sus actividades como

desmovilizado(a), el (la) cónyuge o el (la) compañero (a) permanente, los hijos y, a falta de cualquiera de los anteriores, los padres. Cuando se trate de compañeros permanentes su unión debe ser acreditada en los términos de la ley 54 de 1990, modificada por la ley 979 de 2005.

Grupo armado al margen de la ley (GAOML): Se entiende por



grupo armado organizado al margen de la ley aquel grupo de guerrilla o de autodefensas, o una parte significativa e integral de los mismos como bloques, frentes u otras modalidades de esas mismas organizaciones que, bajo la dirección de un mando responsable, ejerza sobre una parte del territorio un control tal que le permita realizar operaciones militares sostenidas y concertadas.

Incentivos: Actos o condiciones que motivan el logro de una meta.

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) Esta entidad atiende a menores desvinculados del conflicto desde la perspectiva de garantizar los derechos a menores y jóvenes así como brindarles protección integral, sin discriminación alguna. Para el ICBF existen diferencias en la concepción del menor desvinculado del conflicto armado y el proceso de atención a que tiene derecho. Para esta institución, los menores son desvinculados y los adultos son desmovilizados del conflicto armado interno. En este sentido, la desvinculación es un ejercicio de dejación de las armas, de manera voluntaria o por captura, independiente del grupo armado del cual provenga, y si este tiene o no reconocimiento político.

Niño, niña o adolescente: Cualquier persona menor de 18 años de edad.

Proceso: Conjunto de actividades que de forma lógica, ordenada y sistemática transforman un insumo en un producto final y a su vez genera retroalimentación.

Programa: Un término genérico que describe una serie de actividades diseñadas para lograr un objetivo específico. Para asegurar que los resultados de un programa se logren, las actividades se desarrollan dentro de un marco definido por una estrategia, unos principios claves y unas metas específicas. Juntos indican como las actividades serán estructuradas e implementadas. Un programa también incluye una descripción de todos los aspectos necesarios para implementar las actividades planeadas, incluyendo aportes y recursos (personal, equipo, fondos etc.), preparativos administrativos, marco legal y análisis de riesgo.

Proyecto: Dentro de cada programa es posible que existan una serie de proyectos los cuales se definen como empresas separadas. Un proyecto es una intervención que consiste en una serie de actividades planeadas e interrelacionadas cuya meta es lograr un objetivo definido. Las actividades y objetivos de un proyecto normalmente se declaran en un documento de proyecto. Este acuerdo legal vincula a los signatarios a elaborar las actividades definidas y proporcionar recursos específicos para lograr los objetivos



acordados.

Reinserción: Es la etapa justo después de la desmovilización pero previa a la reintegración. Comprende una asistencia transitoria para ayudar a cubrir las necesidades básicas del desmovilizado y su grupo familiar luego de la desmovilización y puede incluir prestaciones transitorias de comida, vestuario, alojamiento, servicios médicos, educación a corto plazo, entrenamiento, empleo e instrumentos de trabajo. Mientras que la reintegración hace referencia a un proceso a largo plazo que incluye procesos sociales y económicos de desarrollo, la reinserción se concentra en cubrir las necesidades inmediatas y algunos de sus componentes pueden durar hasta un año.

Reintegración: Es el proceso a través del cual los desmovilizados adquieren un estatus civil. La reintegración es esencialmente un

proceso sin límite de tiempo, que se lleva a cabo primordialmente a nivel local. Hace parte del desarrollo general de un país y constituye una responsabilidad nacional que puede ser complementada con apoyo internacional.

Seguridad: Las percepciones de un individuo o grupo de individuos acerca de su seguridad física, bienestar y protección de un ataque o conflicto violento; ó el control de riesgo, integrado con una capacidad apropiada de reacción.

Sociedad Civil: Concepto original del modelo tri-sectorial que divide al Estado en gobierno, mercado y sociedad civil. Bajo esta perspectiva, la sociedad civil emerge como un sector voluntario constituido por individuos asociándose de forma libre y formal para conseguir propósitos sin ánimo de lucro en movimientos sociales, cuerpos religiosos, grupos femeninos y juveniles, organizaciones indígenas, asociaciones profesionales, sindicatos, etc.



BIBLIOTECA CENTRAL DE LAS FF. MM.
"TOMAS RUEDA VARGAS"



054692