

Director

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica

María del Carmen Cevallos

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.
 pescandon@ciespal.net

**Portada, diseño
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

Suscripciones

Isaías Sánchez
 isanchez@ciespal.net

**Chasqui es una publicación del
CIESPAL**

Miembro de la
 Red Iberoamericana de Revistas
 de Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas
 de América Latina y el Caribe
 en Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente
 Edgar Samaniego
 Universidad Central del Ecuador

Fander Falconi
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e
 Integración

Raúl Vallejo C.
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.
 Comisión Nacional de UNESCO
 para los países andinos

José Camino C.
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177
 Fax (593-2) 250-2487

web: <http://www.ciespal.net>

weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584
 Quito - Ecuador
 Registro M.I.T.S.P.I.027
 ISSN 13901079

12000

Revista Latinoamericana de Comunicación
Chasqui
 N° 105 marzo 2009

	Pág.
Personaje	
El guionista del desarrollo	4 ✓
La comunicación antes de Colón: Arqueología comunicativa	6 ✓
Luis Ramiro Beltrán: Por una "Comunicología de liberación" <i>Eric R. Torrico Villanueva</i>	8 ✓
Luis Ramiro Beltrán: Semblanza de un comunicador vanguardista <i>Alfonso Gumucio-Dragon</i>	14 ✓

Portada

Entrevista: Debemos denunciar la estructura deshumanizante y anunciar la estructura humanizante <i>Juçara Brittes</i>	20 ✓
Perú: Políticas de comunicación en la primera década del siglo XXI <i>Max Tello</i>	32 ✓
Venezuela: Necesarias políticas de comunicación <i>Andrés Cañizalez</i>	40 ✓
América Latina: ¡La utopía está más viva que nunca! <i>Carlos A. Camacho Azurduy PhD(c)</i>	46 ✓

Coyuntura

Omar Rincón: Sin tapujos <i>César Ulloa Tapia</i>	52
---	----

	Pág.
ALAIC: La apuesta por la transición a la institucionalidad <i>Octavio Islas</i>	56
Cibermedios: Opinión de los lectores <i>Natalia Raimondo Anselmino</i>	62
De la onda a la Web: Alternativas de participación para los comunicadores <i>Andrés Barrios Rubio</i>	68
Proyecto comunitario Comunicándonos hacia el desarrollo <i>Ana Lorena Malluk Marengo</i>	74 ✓

Aula

Comunicación organizacional: InMINENTES conexiones para la transición <i>Renato Dias Baptista</i>	78 ✓
Apoyo educativo : Ambientes Comunicativos de Aprendizaje <i>Julián Darío Forero Sandoval</i>	82 ✓
Diccionarios y manuales: Los auxiliares del escribiente <i>Elking Raymond Araujo</i>	86
Radionovelas: La aventura imaginaria <i>Armando Grijalva</i>	90 ✓

Publicaciones 94

Actividades del CIESPAL 100



De la onda a la Web:

Alternativas de participación para los comunicadores

Andrés Barrios Rubio

*Colombiano, comunicador Social y periodista,
dirige la emisora Óyeme UJTL.
andres.barrios@yahoo.es*

La radio y las nuevas tecnologías

La llegada de las nuevas tecnologías modificó las concepciones tradicionales que se tenían de cada uno de los medios y sus procesos de comunicación. Todos los medios han visto en la Internet a un aliado ideal

Las radioemisoras en Internet aún son experiencias poco comunes, a pesar de que la tecnología posibilita su masiva creación y funcionamiento; con audiencias distintas, exigen una especialización temática.

para su expansión y globalización, la radio no ha sido la excepción, ha empezado a adaptarse a las exigencias para estar en un sistema de difusión mundial que llega a un público que tiene la posibilidad de adaptar los contenidos a sus gustos y acceder a ellos en el momento y lugar que lo desee. Esta propuesta buscó unir los dos sistemas y crear una radio acorde con los gustos de la comunidad universitaria, acompañada de otros elementos paralelos: textos e imágenes que refuerzan y complementan la realidad sonora.

El panorama de la radio

Analizar el fenómeno de la radiodifusión es indagar en los sueños de muchos radio apasionados que, en busca de unir a su comunidad, de expresar lo que sienten o simplemente hacer conocer al otro lo desconocido para él, se han "montado en el bus" de hacer radio. Estas ganas de hacerse escuchar han hecho que Colombia sea uno de los países líderes de la radio en América Latina; esto hace que sea una cuna de experiencias radiales y de experimentos comunales. Sueños que hoy en día y gracias a la tecnología se pueden trasladar a otro escenario en donde la difusión ya se convierte en mundial gracias a la Internet.

Pero no todo es "color de radio", pues en la actualidad la radio colombiana y la latinoamericana enfrentan varios problemas. El primero de ellos es la falta de organización en los recursos económicos, pues muchos de los concesionarios, en su afán de estar al aire, se olvidan que la Radio, al igual que el resto de los medios de comunicación, es una industria que exige especial cuidado con las fuentes de donde provienen los recursos.

Otro gran problema es la politización de las frecuencias, pues infortunadamente muchos han visto en la Radio un espacio propicio para la divulgación de sus propósitos; por ello, en muchos casos se han convertido en "patrocinadores", "impulsadores", "capitalizadores" y por ende dueños de muchos campos radiales, que han echado por la borda el

trabajo que durante años han realizado quienes ven en las emisoras una alternativa de unión, paz, comunicación, esperanza, divulgación y solución de los problemas de sus sociedades.

Asimismo, las emisoras compiten con un gigante llamado "nuevas tecnologías", las cuales dictan las pautas de producción y difusión, así como de los formatos que se deben emitir a través de sus ondas, lo que ha ocasionado que muchas radios de escasos recursos sean pequeñas emisoras sin peso.

Afortunadamente, los sueños siempre apuntan y apuestan a que se repita la historia de David y Goliat, pero esta vez la onda y la piedra se convierten en un micrófono y en el análisis, apropiamiento y aprovechamiento de las nuevas tecnologías para lograr subsistir en el nuevo panorama mundial que nos habla de la multimedia y la globalización de los medios.

Es la unión de una comunidad capacitada para lanzar una propuesta lo suficientemente atractiva, necesaria, útil e interactiva, para que sus paisanos y demás habitantes del planeta se queden con un producto radial - sonoro local con características que respondan a los intereses particulares de cada grupo objetivo, no solo local, nacional sino internacional.

Para que esto se dé surge otro problema: la falta de documentos y bases bibliográficas que sirvan de apoyo y guía a los nuevos radio soñadores para la estructuración, montaje, puesta en marcha y funcionamiento de las emisoras por Internet, de allí que muchas veces al hablar de Radio por Internet nos referimos a experimentos que fracasan por no entender que participar en este nuevo modo de ver la Radio implica un cambio sustancial en la forma tradicional de hacerla.

Para que esto suceda, la Radio por Internet debe ser interactiva y heterogénea capaz de incluir a toda la comunidad, desde los niños y niñas hasta los ancianos, pasando por todos los grupos humanos existentes; pues con esta característica se logra que

todos los grupos humanos se sientan vinculados y comprometidos con la emisora, que al fin y al cabo no es más que una ágora en donde las expresiones y pensamientos se difunden libre y responsablemente para proponer un mejor estado de sociedad, para buscar alternativas de solución de los problemas, pero sobre todo es un espacio de encuentro y reflexión que debe servir para que a cada segundo se emita una propuesta de paz y convivencia que una a las regiones y a sus habitantes.

La Radio por Internet, al igual que la radiodifusión tradicional, es un servicio de y para la comunidad; bajo este precepto es importante recalcar que las emisoras por Internet deben ser espacios de interacción de las diferentes comunidades, por ello es muy importante que la pluralidad y el consenso colectivo sean dos elementos siempre vigentes en su funcionamiento.

Debe servir para difundir las tradiciones y los valores, además de dar un espacio de expresión y participación a los diferentes ciberescuchas. Se debe entender que este nuevo sistema de comunicación, al igual que el tradicional, es un servicio público que, a

diferencia del convencional, no requiere el otorgamiento de licencia por parte del Ministerio de Comunicaciones.

Con lo anterior se da vía libre para que las emisoras por Internet no sean necesariamente sociedades legítimamente conformadas, con una personalidad jurídica y unos estatutos que sirvan como carta de navegación durante el proceso de la radiodifusión, pero esto no implica que la Radio por Internet no sea un sistema que cree pertenencia y propiedad en un grupo determinado, más grande y de carácter internacional; entonces, se hace necesario que dentro de la conformación de una emisora por Internet se busquen espacios de participación múltiple que den cabida a todas las expresiones y necesidades propias de la comunidad, claro está que no se deben desechar propuestas que, aunque no sean propias, brinden herramientas y elementos socializadores que ayuden a una mejor convivencia y por ende a una solución de los problemas y necesidades.

Lo anterior no es más que una condición básica y lógica para que la Radio por Internet sea un espacio que supla las deficiencias en materia de comunicación



e información, pues los grandes y tradicionales medios de comunicación dejan atrás las noticias regionales y las expresiones locales, y sumen así a las pequeñas poblaciones o comunidades en un olvido y anonimato inmerecido.

El caso de oyemeujtl.utadeo.edu.co

En el año 2005, luego de escuchar a los egresados y estudiantes actuales de los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, se pudo determinar que carecían de oportunidades en la emisora convencional de la Universidad (Emisora HJUT, 106.9FM) para expresar sus ideas, sentimientos, opiniones y al mismo tiempo tener un primer acercamiento a una de las herramientas de trabajo profesional.

Explorando alternativas de solución al problema se determinó que explotando la formación profesional y tecnológica de los estudiantes de los Programas de Comunicación Social y Producción Radial, se podía crear el diseño y realizar la propuesta de lo que sería una emisora por Internet concebida desde esta Facultad para los estudiantes de la Universidad, que aprovechara las diferentes herramientas tecnológicas del momento.

Este nuevo medio permite satisfacer las expectativas de la comunidad universitaria y simultáneamente a la culminación del proceso de formación del estudiante les da la oportunidad de demostrarse a sí mismos y a todo el mundo cuáles son las competencias desarrolladas y conocimientos adquiridos.

Expuesta la alternativa, se convierte en un sueño y en una apuesta personal que plantea una estrategia de comunicación en la que se desarrollan alternativas de unión y participación de la comunidad estudiantil. Se demuestra, así, que una organización radial es un proyecto de educación, comunicación y desarrollo comunitario.

Se emprende, entonces, el proceso para realizar el montaje de una emisora cuya población de incidencia es no sólo la comunidad universitaria, sino la comunidad estudiantil de Bogotá, el país, el mundo y demás personas que se sientan vinculadas; ese público que simplemente busca ser escuchado a través de las risas, los juegos, las esperanzas e ilusiones, dejando de lado la metralla, la pólvora, la sangre, la muerte, la violencia y las lágrimas que rodean el ambiente de cada uno de ellos.

El trabajo previo

La metodología, adoptada en el proceso de investigación que después fue tenido en cuenta al momento de llevar a la realidad el proyecto, implicó realizar un análisis de caso desde una perspectiva cualitativa, aunque tuvo una primera fase de exploración con resultados cuantitativos, es decir; se empleó una exploración socio demográfica que permitió el análisis etnográfico posterior. Se indagó la opinión de personas del común sobre los contenidos ofrecidos en una emisora de este tipo; se tuvo en cuenta la audición de varios productos radiofónicos en diferentes portales y la recolección de material producto del trabajo académico de los estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Dicho seguimiento permitió que aportaran datos y experiencias de la historia, el surgimiento y posterior desarrollo de las emisoras colombianas a través de este medio de difusión.

Cumplida la fase de investigación se dio vía libre al proceso de estructuración y desarrollo de la propuesta, que maduró el concepto visual y sonoro que requiere una emisora en Internet, con la participación de los estudiantes de los programas de Comunicación Social y Producción Radial, apoyados en la indagación e investigación.

Los contenidos

En busca de establecer los gustos del grupo objetivo primario de la emisora, se hizo obligatorio aplicar una encuesta a la población estudiantil de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Mediante esta encuesta se pudo determinar que a los estudiantes consultados les gusta escuchar en las emisoras, en su orden, música rock, reggae, electrónica, reggaetón, merengue, salsa, vallenato y pop. En cuanto a las preferencias se aprecia que de la radio actual no les gustan las cuñas, los contenidos y el hecho de que no hay ningún tipo de novedad dentro de la oferta radial; al indagar qué tipos de programas prefieren escuchar se logró comprobar que prefieren en primer lugar los espacios musicales y de variedades, pero no dejan de lado y marcan en menor medida los culturales, informativos y deportivos.

Al ver los resultados obtenidos en la encuesta se percibió la necesidad de explotar las ventajas de la Internet y proponer una estación que mezcle en su programación propuestas de música: tropical, pop, electrónica y rock, sin ningún tipo de descarga, del material sonoro-musical, por parte del oyente (tal y

como lo determinan las instituciones que velan por los Derechos de Autor), y un sistema de podcast que permita la descarga de las noticias y los diferentes géneros periodísticos radiales ofrecidos.

Para completar el proceso de implementación de la emisora se realizó un análisis del material recopilado. Esto permitió establecer y desarrollar el diseño, más apropiado, de la página Web que acompaña al material sonoro recolectado y está puesto al servicio de los ciberescuchas. La propuesta gráfica agrega a la idea un elemento lúdico, cuyo objetivo es hacer de este proyecto una publicación agradable y fácil de comprender.

El equipo

Una vez que se logra la infraestructura adecuada y a punto de poner en marcha la emisora, se establece la necesidad de contar con una planta base de personal que se encargará de la coordinación y ejecución de las

diferentes fases del proyecto y de guiar a los practicantes durante su permanencia en la emisora. Este equipo será el responsable de cumplir con los programas planteados en la oferta durante los periodos vacacionales.

Además de lo ya mencionado se debe dejar claro que los estudiantes de las asignaturas de Producción de Radio y Noticieros de Radio, que comparten el programa profesional y tecnológico, tendrán unos espacios asignados para realizar sus prácticas de clase; ese será un trabajo guiado, estructurado y dirigido por el docente encargado de dichas materias, será el material que permite utilizar el sistema de podcast.

El financiamiento

Por el lado de los costos, se buscan alternativas de financiación, pero finalmente se determina que al ser una propuesta académica de los programas de Comunicación Social y la Tecnología en Producción Radial, los recursos financieros necesarios para el funcionamiento de la emisora parten del presupuesto de la Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño, para no generar ningún tipo de compromiso con nadie y poder dar la libertad a los estudiantes de desarrollar sus propuestas sin restricción alguna.

Para cautivar y lograr consolidarse en el mercado de las emisoras universitarias como una opción fresca y novedosa para los oyentes, se hace necesario elaborar un plan de trabajo que permita estructurar y desarrollar el lanzamiento y posicionamiento de la emisora universitaria en Internet, oyemeujtl.

El futuro

A cinco años se buscará ser una herramienta de servicio para las universidades de Bogotá como fuente de información en la Red, de todos sus eventos, apoyada en la transmisión de una programación musical, cultural y noticiosa.

En el primer año se buscará hacer el lanzamiento a nivel institucional para lograr el reconocimiento e interés de la comunidad estudiantil.



Para el segundo año se tratará de fortalecer la emisora en el grupo objetivo. Se comenzará con la transmisión de la programación habitual planteada en la parrilla y, al igual que todos los años, se cambiará la imagen de la emisora.

El tercer año la estrategia será consolidar y afianzar el contenido para lograr atraer a más oyentes, incrementar el nivel de sintonía de la emisora; y generar propuestas interesantes para conseguir patrocinadores que ayuden a crear un grado de recordación en la audiencia por medio de incentivos.

En el cuarto año se pretende lograr que la audiencia se sienta cada vez más identificada con la emisora, con un mayor sentido de pertenencia con la programación y el equipo de trabajo, a fin de crear nuevos espacios de participación para los estudiantes.

Para concluir la fase inicial, en el quinto año se buscará continuar brindando a los oyentes los programas y contenidos que son de su gusto, los espacios de interacción mejorarán y lograrán un mayor número de participación, para hacer que la comunidad ya sienta la emisora como suya.

Este es un trabajo que pretende contribuir a mejorar la información en la Universidad, dar a conocer a los estudiantes la emisora en la Red, motivarlos e incentivarlos para que interactúen y participen en nuevas actividades de universitarias, además, que quiere informar de manera eficiente acerca de las actividades y eventos de la Universidad, integrar, motivar y mantener un equipo de trabajo compatible e identificado con la nueva emisora, promover el uso y manejo de nuevas tecnologías a partir de medios tradicionales como la radio y ampliar la formación y aprendizaje de los Comunicadores en el campo de las nuevas tecnologías aplicadas a los medios de comunicación.

Propuestas y conclusiones

La radio por Internet es la oportunidad para que la pluralidad, la acción participativa y la convivencia, sean la constante dentro de una población mundial. Otro punto que ha dejado este estudio es la ratificación de la radio como elemento para que las comunidades o personas sean creadoras de empresas y por ende generadoras de empleo.

Las posibles líneas o proyectos de investigación que se pueden abrir luego del montaje de esta emisora virtual pueden ser el indagar en los usos y consumos

que hacen los jóvenes de estas propuestas a través de la Red, así como un observatorio de emisoras para establecer esos mismos usos, consumos y exigencias de los jóvenes a través del medio tradicional, así como el lenguaje y las estrategias que utilizan los medios para llegar a su público objetivo.

La Radio por Internet, al igual que la radiodifusión tradicional, es un servicio de y para la comunidad, bajo este precepto es importante recalcar que las emisoras por Internet deben ser espacios de interacción de las diferentes comunidades, por ello la pluralidad y el consenso colectivo sean dos elementos siempre vigentes en el funcionamiento. Debe servir para difundir las tradiciones y los valores, además de dar un espacio de expresión y participación a los diferentes ciberescuchas.

El paso a seguir es fortalecer el lanzamiento de la emisora oyemeujtl.utadeo.edu.co y de este modo fortalecer el proceso de democratización y expansión de los medios de comunicación en Colombia, permitiendo a los distintos miembros y estamentos de una comunidad tener un ejemplo y soporte para diseñar y llevar a la realidad el sueño de tener una emisora propia por Internet, sin llegar a olvidar en ningún momento el material humano y todos los aspectos, legales, técnicos y monetarios necesarios para su consolidación. 🌐

Referencias.

Trujillo, Luis Fernando. *La radio el sonido de la imaginación*. Bogotá: Editorial Época, 2005.

Londoño, Libreros Héctor. *Marketing radial*. Editorial Mc. Graw Hill, 2000.

Ortiz, Miguel Ángel y Federico Volpi. *Técnicas de comunicación en radio*. Barcelona: Editorial Paidós, 1997.

Pérez, Ángel Gustavo y Nelson Castellanos. *La radio del tercer milenio*. Bogotá: Editorial CARACOL, 1998.