

La convergencia de las redes sociales y la radio como entorno significativo en la educación no formal

The convergence of social networks and radio as a significant environment in non-formal education

Juan Solís Muñoz

Universidad Católica de Cuenca, Ecuador

E-mail: solizjuan1972@gmail.com

Resumen

El artículo define un modelo técnico-comunicacional que plantea un ámbito de convergencia, con fines educativos, entre los medios tradicionales de comunicación y las redes sociales. El análisis se desarrolla en base a la experiencia de un medio radial universitario (Ondas Cañaris de la Universidad Católica de Cuenca-Ecuador) en convergencia con Facebook a fin de promover audiencias productoras de contenidos. Se propone un nuevo rol ciudadano que implica educación y comunicación, donde los segmentos de población radiofónicos hacen uso de su derecho a comunicar desde sus realidades y educar a la audiencia respetando su identidad. Finalmente, a partir de tres programas y tres perfiles de participación de los oyentes, se derivan conclusiones tanto desde los posicionamientos teóricos como del proceso de investigación de la implementación analizada.

Palabras clave: redes sociales; medio radial universitario; modelo comunicacional, alfabetización mediática.

Abstract

This article defines a technical-communicational model that proposes a convergence area for educational purposes, between traditional communication media and social networks. The analysis is developed on the basis of the experience from a university radio media (Ondas Cañaris of the Catholic University of Cuenca-Ecuador) in convergence with Facebook in order to promote content-producing audiences. A new citizen role that implies education and communication is proposed. According to this new role, the radio population segments make use of their right to communicate from their realities and educate the audience respecting their identity. Finally, from three programs and three profiles of audience participation, conclusions are derived both from the theoretical positions and from the research process of the analyzed implementation.

Key Words: social networks; university radio media; communication model; media literacy.

Fecha de recepción: Septiembre 2016 • Aceptado: Noviembre 2016

SOLÍS MUÑOZ, J. (2016). La convergencia de las redes sociales y la radio como entorno significativo en la educación no formal. *Virtualidad, Educación y Ciencia*, 13 (7), pp. 9-23.

Introducción

Durante los últimos treinta años, se observa un puente entre las tecnologías y los usos de los medios de comunicación a partir de un nuevo modelo comunicacional. En este sentido, Castells (2000) como un precursor en esta temática, propone pensar la sociedad desde la metáfora de la red y, junto con ello, el proceso de comunicación en masa. Al mismo tiempo, se observa que el sistema de medios está organizado como "...conjunto de interconexiones entre tecnologías y organizaciones que guían las diversas formas de comunicación..." conforme lo expresado por Ortoleva (2004).

Adicionalmente, este salto cualitativo se produce de los contenidos de los medios de comunicación masivos a los grandes conglomerados de medios como indica Hesmondhalgh (2007), en un proceso creciente de concentración del sector privado de medios de comunicación. En este sentido, Cardoso (2014) justamente plantea un fuerte cambio en el paisaje de los medios, que no sólo estaría vinculado a los avances tecnológicos sino a la forma en cómo las personas se apropian de los medios y los resignifican en sus prácticas cotidianas. Al mismo tiempo, el autor propone pensar el modelo basado en la comunicación en red -superando al modelo de la comunicación de masas- y focalizando en torno a dos redes básicas, la televisión e Internet, que a su vez articulan con otros medios, el teléfono, la radio y la prensa escrita. El motor de esta red es la interactividad, aspecto que también resulta oportuno considerar.

Bajo esta perspectiva resulta necesario abordar la articulación del medio radial en el modelo comunicacional en red, desde el cual los "oyentes" comienzan a ejercer roles más activos en la producción de contenidos. Como sujetos sociales, no usan sólo la radio, o sólo la televisión o sólo Internet para informarse; por el contrario, hacen usos complementarios y combinados de una diversidad de medios, que a su vez están interconectados.

En esta línea, se advierte que la radio, junto con la prensa y el cine se han caracterizado como sistemas jerárquicos, mientras que la TV e Internet lo han hecho como sistemas horizontales.

Precisamente, explotar convenientemente esta divergencia de los medios masivos y las redes sociales conforman la motivación principal de esta experiencia. Para ello, se planteó la intervención en el medio radial universitario (Ondas Cañaris) en convergencia con Facebook a fin de direccionar hacia la horizontalidad, entendida como la posibilidad de audiencias productoras de contenidos. Dentro de esta clasificación, según la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui Nro. 123 (2013) no se encuentra ninguna emisora ecuatoriana. De modo que la presente propuesta sería pionera en el medio.

Asimismo, en este contexto, la página de Facebook conforma el espacio institucional que permitirá el resguardo de la información. Las participaciones, comentarios, fotos, archivos subidos, son registrados en el entorno web. Es de resaltar que para llegar a definir este modelo técnico-comunicacional se conformó un equipo técnico integrado por un profesional de la ingeniería en sistemas, un responsable de Producción y Archivo Digital de la Emisora Ondas Cañaris.

Por último, es de destacar que las intervenciones descriptas en este artículo, no se guiaron de forma azarosa, sino que se planificaron en función a un análisis de audiencia cuyos resultados también

se comparten en este trabajo.

La evolución de los medios de comunicación y las tecnologías digitales

Los rápidos procesos de innovación desencadenados por las tecnologías digitales han transformado radicalmente las dinámicas de la información y la comunicación, generando, en términos de Medina (2007), nuevos sistemas socio-técnicos-culturales (SSTC) que han configurado decisivamente nuevas prácticas en torno a los medios masivos de comunicación.

Este proceso de transformación del sistema de medios se da en un contexto que ha tenido múltiples denominaciones, referidos como Sociedad de la Información, del Conocimiento, de la Convergencia, por mencionar algunos. La expresión Sociedad de la Información se ha propagado enormemente, a pesar de innumerables críticas por lo acotado del concepto (Burbules y Callister 2008, Wolton 2007), a partir de discursos políticos y académicos. En líneas generales se la ha caracterizado como un modelo de sociedad distinta, en la que el control y la optimización de los procesos administrativos, en tanto claves económicas, es reemplazado por el procesamiento y manejo de la información.

Este grado de conciencia respecto al cambio de posición en relación al manejo de información en los medios, está atravesado por una situación de desigualdad estructural, que es parte de las sociedades contemporáneas latinoamericanas. No todas las personas acceden de igual modo a la información y tienen las mismas competencias para actuar con ella y a partir de ella. Las desigualdades impactan en el acceso funcional y simbólico de la información (Buckingham, 2008). Por tanto, relevar las características de la población que escucha habitualmente la radio es una instancia importante para reconocer qué tipo de usuario de información conforma potencialmente la audiencia y las acciones que deberán implementarse. No será suficiente con la creación del entorno tecnológico, por el contrario, en función de este planteo teórico se deberán considerar acciones que habiliten a la audiencia a generar mecanismos de participación en el medio radial.

En términos concretos las personas han debido habituarse a transitar por entornos digitales que incorporan en su uso unas ciertas destrezas para poder participar de los beneficios que dejan al alcance de todos, la distribución de información y la oportunidad de ampliar los propios horizontes; basada en la idea de la tarea común de perseguir el desarrollo de una sociedad de la información, sustentado en el conocimiento comparativo garantizado a partir del acceso universal (CMSI, 2006). En esta dimensión, el entorno se ha mediatizado a través de distintos dispositivos que incrementan la capacidad de comunicación e intercambio. La emergencia de los computadores personales, las tablets y la telefonía móvil, ofrece la posibilidad de un permanente consumo de mensajes que implican una particular manera de leer y poder decir, pues estos dispositivos no sólo entregan la oportunidad de acceder a ellos sino también disponen la posibilidad de replicar al instante. Así, participar en estos entornos se ha constituido en la forma de consumo cultural que implica determinadas apropiaciones a partir de cada individuo, con la posibilidad de intercambiar sentidos simbólicos que reportan valor al uso de estos tipos de dispositivos (García- Canchini, 1992).

La radio como medio masivo de comunicación educativa formal y no formal

Una mirada histórica permite entender la relación entre medios y educación de una manera más compleja. Al respecto, Carbone (2004) considera que el desarrollo del periódico, la radio y el cine aportaron contribuciones sustantivas a la nueva cultura. Cada uno de ellos y sus mutuos intercambios, generaron nuevos contenidos y nuevos lenguajes que encontraron apego en los receptores.

Es así que, aún en la actualidad, sigue siendo la radio el medio de mayor alcance en las sociedades latinoamericanas. Datos de UNESCO (2010) señalan que la penetración de la radio alcanza al 61% de la población latinoamericana, siendo el medio más popular y difundido entre los sectores más humildes, carentes y necesitados de educación.

La radio como medio masivo de comunicación es reconocida, en el marco de este trabajo, como una importante función social con un aporte objetivo al desarrollo de las masas. La comunicación radiofónica planteada como instrumento de educación, supone que hacer radio sólo por hacerlo como un fin en sí mismo, no tiene sentido. Sino que el objetivo se orienta a dominar las técnicas radiofónicas con una clara intencionalidad educativa, en el más amplio sentido de la palabra.

Por ello, al comparar los clásicos medios masivos de comunicación, diarios, radio y televisión, con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, reconocemos sustantivamente la distinción de Wolton (2007) cuando plantea que los primeros fueron los medios por excelencia para el gran público, en cambio, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son para un sector diferenciado de la población. Ahora, en la línea del aprovechamiento de los dos extremos, se plantea un acercamiento con fines educativos de los medios tradicionales y las nuevas tecnologías de comunicación e información.

La radio como medio educativo alternativo se sumerge en una tecnología educativa más a la luz del marco conceptual de la propuesta de este estudio: educar a través de la radio mediante el uso de las TIC. En este sentido, la intervención “consiste en la creación de géneros (...) o contenidos para los cibermedios, sin partir de los referentes previos de los medios impresos o audiovisuales” como se expresa en Salaverría y Cores (2005). Esta tarea se propone con fines educativos en la medida en que las audiencias tomen conciencia de su rol ciudadano y se conviertan en ciudadanos conscientes y propositivos.

En el caso de las radios por Internet o radio con plataformas de Internet, se crean nuevos géneros derivados de las estructuras que provienen principalmente de los contenidos escritos: webs, chats, correos y entrevistas, que al llegar al ciberespacio adquieren matices sonoros que los convierten en nuevos géneros, propios de la radio en Internet. Existen evidencias de formas emergentes de expresión radiofónica, diferente a los formatos dialógicos de la radio tradicional, como correo electrónico de voz, fono-chats, fono-foros, las audioconferencias, buzones telefónicos de opiniones y sugerencias.

Desde lo dicho, una cuestión final que merece ser mencionada, es que la fortaleza de la radio con plataforma en red (híbrido: antena y red) debe seguir siendo el sonido, por encima del resto de elementos multimedia. Sin embargo, la mayor parte de emisoras de radio se conforman con difundir una señal en vivo (streaming) desaprovechando las posibilidades del espacio cibernético: foros de

audio, chats sonoros, podcast, audiolibros, hipersonidos, blogs sonoros. En resumidas cuentas, existe una subutilización de los recursos informáticos que ofrece la plataforma.

Así, el esfuerzo está dirigido a la “alfabetización mediática que está dividida en un sistema de competencias individuales en donde la persona tiene la capacidad de usar operativamente los medios, comprender críticamente, poder evaluar la información y capacidad de crear, comunicar y participar”. Con ello, desde este trabajo, se propone precisamente un nuevo rol ciudadano que implica educación y comunicación, donde los segmentos de población radiofónicos hacen uso de su derecho a comunicar desde sus realidades y educar a la audiencia respetando su identidad.

Las potencialidades de las Redes Sociales para la educación

Se asume el concepto básico de Internet como red mundial formada por millones de computadoras de todo tipo, conectadas entre sí, por diversos medios y equipos de comunicación, cuya principal función es la de localizar, seleccionar e intercambiar información desde cualquier parte del mundo. Así, entre los beneficios del uso de Internet, se destaca la integración de grupos de noticias y foros de discusión en los que se reúnen grupos de usuarios con intereses comunes para intercambiar sobre temas diversos; consultar cualquier tipo de información en la World Wide Web; enviar y recibir mensajes escritos entre los usuarios a través del correo electrónico, mantener una conversación con otros usuarios en tiempo real, mensajería instantánea o chat de voz e imágenes en tiempo real, etc.

Sin embargo, conviene pensar en Internet no sólo como un medio tecnológico sino como parte de un proceso cultural. Internet es la red y lo que hacemos a partir de ella (Burbules, 2001). Así, las redes sociales son la tendencia definitoria de la actual fase de desarrollo de Internet, cuando la red pasa gradualmente de ser una herramienta para encontrar e identificar información, a encontrar y vincular personas. Ejemplo de ello es Facebook, que se ha colocado en el corazón de un creciente número de vidas contemporáneas. La comparación con otros medios sociales lleva hasta los blogs, servicios gratuitos para publicar en línea artículos como si fuesen diarios personales o profesionales. Facebook los ha incorporado dentro de su sistema como una funcionalidad más, igual que hizo con los foros. La gran diferencia respecto a los blogs independientes de la plataforma de Facebook, como pueden ser los de Blogger o los instalados en servidores propios gracias a WordPress, se encuentra en la relación con los lectores. Los lectores de los blogs tradicionales son personas anónimas que siguen o leen un blog sin que el blogger conozca quiénes son, al menos que escriban algún comentario. En cambio los lectores de Facebook son los amigos, se los tiene identificados. Esa es una diferencia significativa según Aced y Sanagustín (2013).

Desde esta mirada, las redes sociales se han convertido en ámbitos de interacción social entre los jóvenes que crean un perfil para relacionarse con los demás. La exposición pública en el caso de los adolescentes puede generar problemas sobre aspectos sociales, emotivos y afectivos. Los jóvenes sostienen conocer los riesgos, aunque admiten que aceptan a desconocidos como amigos y ofrecen datos reales sobre su vida. Ante esto, se justifica la necesidad de la alfabetización mediática y digital de los jóvenes que, aunque no deberían estar en Facebook hasta los 13 años en opinión del autor, cuentan con perfil de forma mayoritaria. Esto corrobora la propuesta de innovación para un uso responsable de Facebook con fines educativos en la Radio, según Almansa, Fonseca y Castillo (2012).

Esbozando la convergencia de la radio y las redes sociales

En este contexto, la radio como medio oral, directo, sugerente y al alcance de todos, que entretiene, informa, educa, influye y condiciona, constituye la fuente propicia para educar y formar las capacidades auditivas y la expresión oral de los oyentes, además de ofrecer múltiples posibilidades para fomentar la actitud crítica del receptor, que puede llegar a sentirse libre y autosuficiente. En este sentido, Rodero (2008) señala que la radio constituye el mejor medio educativo, ya que impacta el sonido, es fuente estimuladora de la imaginación, fomenta la escucha y capacita la expresión oral. La radio desde su prisma educativo es más que un medio de comunicación, es una forma de construir sociedad, identidad crítica. Un medio de participación, cuya misión principal es la educación al informar, promover y defender los intereses de la sociedad en la que se desarrolla.

En la actualidad, la radio como medio masivo de comunicación, ha generado plataformas que integran un uso intensivo de Internet, centrándose en la importancia de la colaboración y la retroalimentación como estrategia de futuro. Desde comienzos de este siglo, como recoge Perona (2012), no paran de evolucionar las posibilidades que brinda Internet y su potencial interactivo, hecho que está favoreciendo la emergencia de auténticas plataformas que contribuyen a la colaboración y democratización de la información y el conocimiento. Mientras que en las regiones desfavorecidas del planeta, la radio sigue siendo un instrumento esencial de formación básica (Arteaga, 2004), en los países más avanzados son cada vez más numerosas las emisoras escolares, universitarias, formativas que, apoyándose en la red, enriquecen su oferta con espacios multimedia complementarios y otras utilidades que incrementan la participación y el diálogo social.

Ya no se pone en duda el importante papel educativo que han adquirido los medios y, en particular la radio, como fuente de enseñanza y aprendizaje para la población. Como afirma Méndiz (2003) “hay que reivindicar la utilización social de la radio con propósitos educativos y culturales, de servicio público para la población y democratización del acceso a la información en la sociedad actual”. En esta misma línea, Szyszko y Cataldi (2010) aseguran que la radio se plantea como instrumento de acercamiento a la comunidad. La difusión radial desde la escuela favorece la articulación entre la institución y las familias, entre los contenidos curriculares y las problemáticas sociales, facilitando la recuperación de la función pedagógica y social de la escuela.

Asumiendo los nuevos roles de los medios, como indica López (2010), la radio le cambió el libreto a la prensa y la televisión se lo cambió a la radio. Hoy la globalización de la cultura y la revolución tecnológica se lo ha cambiado a todos los medios de comunicación masiva. Lo cierto es que los medios de comunicación siempre estuvieron en medio de la vida. Lo que significa al menos tres nuevos roles de los medios de comunicación social, de cara a mejorar la producción radiofónica: legitimar el contenido, difundir la realidad, y dar voz a los ciudadanos.

En este contexto, la radio sigue siendo en América Latina el medio más extendido, con altos índices de consumo. En el caso de Ecuador el 87% de los hogares poseen aparatos de radio y es el medio con mayor cobertura geográfica (Jordán y Panchana 2010). Por su parte Facebook es la Red Social considerada más importante de Internet, por la cantidad de usuarios y su crecimiento vertiginoso en los últimos años.

Por ello, la idea que atraviesa esta experiencia es promover una audiencia que produzca contenidos y se sienta parte activa de una comunidad radiofónica. Del receptor, cuyo rol se define históricamente por la escucha, se promueve una audiencia activa que proponga contenidos, convirtiendo la producción radiofónica como resultado de la expresión de ciudadanía. La web se ha transformado en estos últimos años en una plataforma accesible, los jóvenes se apropian de las redes sociales y se va produciendo un cambio en el posicionamiento de los usuarios en Internet. La posibilidad de crear se ve reforzada por herramientas de uso gratuito que -de manera sencilla e intuitiva- permiten que los usuarios produzcan y transformen contenidos en lenguajes diversos tales como sonidos, imágenes, textos.

La emisora Ondas Cañaris, el ámbito de convergencia de la radio y las redes sociales

La emisora “Ondas Cañaris”, se constituye en el medio de comunicación social por excelencia que cumple una de las tantas funciones extensionistas de la Universidad Católica de Cuenca en Ecuador. Estuvo siempre vinculada a cumplir una misión social dando la palabra a la comunidad y, al ser un medio radiofónico universitario, se sitúa en el contexto edu-comunicativo de servicio a la ciudadanía. Además de contar con una vasta trayectoria histórica, en la que la concesionaria Universidad Católica de Cuenca tiene a su favor un sistema de radiodifusión sonora constituido por la frecuencia matriz en Azogues 95.3 FM y la frecuencia repetidora para los cantones de Cañar y El Tambo en la frecuencia 95.3 FM, bajo la denominación de emisora Ondas Cañaris FM.

Por ello, se considera una interesante opción para converger con redes sociales, pensando estos ámbitos como un espacio e instrumento relacional importantísimo. Se apela también a la característica de estos entornos como plataforma que fomenta la conformación de Comunidades. El concepto de Comunidad se sostiene desde la idea de identificación de características comunes que puedan otorgar un sentido de cohesión (Burbules y Callister, 2008). La comunidad descansa en dos valores: por un lado, la idea de cooperación y responsabilidad compartida, por el otro la creencia de que los lazos de adhesión suponen algún beneficio. Ser parte de una comunidad es entonces un compromiso y supone un beneficio. Ser miembro de una comunidad significa dar y recibir, sentirse incluido o excluido según la dinámica particular de dicho espacio, en definitiva, significa pertenecer a un lugar con sentido socialmente compartido. Desde esta perspectiva, complementar el medio radial con la plataforma web, en formato de red social, permitió avanzar en esta idea, apostando a la constitución de la Comunidad de la radio Ondas Cañaris FM.

La mayoría de la programación de Ondas Cañaris tiene un contenido altamente educativo, formativo y cultural. En este contexto, la audiencia se puede caracterizar en su gran mayoría por ser jóvenes de hasta 30 años, solteros, que residen en el centro urbano, con altos índices de estudios alcanzados, e insertos en el mundo del trabajo. Respecto al uso de tecnologías, los porcentajes muestran una población con una competencia digital baja o de tipo instrumental, corroborando la idea de baja disposición de dispositivos tecnológicos, aunque no son despreciables los porcentajes que muestran un buen nivel de acceso a Internet en la casa (68% de los encuestados) y desde la Universidad (17%), así como también se destaca que el 80% dispone de banda ancha en el hogar. Respecto al acceso a la Radio, un 72% utiliza dispositivos convencionales como son los receptores,

pero un 18% utiliza celulares inteligentes y computadora para oír la radio. La elección de la Radio que se escucha está signada por sus contenidos. Respecto a la participación se evidencia que el 79% no participa y reconoce que es por falta de oportunidades. Del 19% que sí participa, el 63% respondió que lo hace para opinar sobre algún tema, el 26% lo hace para solicitar información y el 11% para sugerir temas a tratar. De este mismo 19%, un 43% participa a través de las redes sociales.

Por ello, y pensando en una implementación progresiva se seleccionaron tres programas radiales de diferente audiencia y grados de desarrollo tecnológico-comunicacional: “Pedimos la Palabra”, “El Sicólogo en Casa” y “Agenda Dominical”.

El programa “Pedimos la Palabra”, se caracteriza por la participación de niños y docentes de la escuela Emilio Abad Aguilar de la ciudad de Azogues. En este programa los involucrados dan a conocer, al radioescucha discapacitado, los beneficios de las políticas públicas tanto del gobierno nacional como de los gobiernos autónomos descentralizados y emiten varios consejos sobre los derechos de las personas con discapacidad, para mejorar el nivel de conocimiento y de acceso a los servicios que brindan los diferentes niveles de gobierno. Los públicos objetivos de este programa en franja familiar, son los niños, amas de casa, migrantes, profesionales y docentes.

Por su parte, “El Sicólogo en Casa”, es un programa de radio-consultorio que pretende ser mejorado desde esta realidad de democratizar la palabra, que nazca de todas las voces posibles con canales alternativos de retroalimentación en temáticas como la desviación sicosomática de la conducta, los estereotipos conductuales, el estrés y los mecanismos de control, las emociones y la productividad, emociones y liderazgo, entre otros. Este programa está desarrollado con una presentación, sumario y desarrollo de los contenidos interrumpidos con llamadas telefónicas y consultas en las redes sociales, así como por intermedios musicales. Los públicos destinatarios son jóvenes, amas de casa, estudiantes, profesionales, niños y niñas.

Por último, la “Agenda Dominical”, aborda diversos problemas sociales, se complementa con métodos y estrategias y finalmente se pone en lenguaje radiofónico (lenguaje comunicacional). Los contenidos de cada programación se definen en base a la experiencia del conductor y a los temas que son de interés y relevancia pública. Semanalmente se fijan los temas de la agenda comunicacional, tienen jerarquía y atienden propósitos políticos, económicos, culturales, deportivos y sociales. Los guiones responden a estrategias radiofónicas sin dejar de lado la intencionalidad educativa. Los públicos objetivos en franja familiar son las amas de casa, profesionales, migrantes, estudiantes, niños en el área de cobertura de la radio y también a través de la plataforma de internet.

Diseño e implementación de la experiencia de convergencia

Una vez seleccionados los programas, resulta necesario establecer qué y cómo se va a generar la convergencia propuesta.

En primer lugar, se estableció un diseño técnico-comunicacional en el que se vinculan tres entornos:

- La radio, emisora Ondas Cañaris, matriz de la ciudad de Azogues, 95.3, en el cuadrante FM.

- Una página web definida como: Onda Cañaris Innovación en Facebook, Web 2.0.
- Una página Facebook de cada uno de los Programas que conforman el proyecto.

Así, la radio, a través de los medios convencionales o bien sea desde Internet, dispone de su programación. A partir del diseño de esta experiencia se pretendió que esta programación se viera enriquecida y transformada por la participación de la audiencia, la cual realizará su intervención a través de Facebook. Esta red constituye la puerta de entrada y es también la interfaz visible de la comunidad que queda conformada por quienes participen de forma periódica y desarrollan en la audiencia competencias digitales necesarias para activar su participación. De este modo los contenidos son pensados desde las necesidades de la audiencia y Facebook mantiene su carácter público, abierto, audiovisual, interactivo y dinámico que promueve. La administración de estas tres páginas (una de cada programa) tiene una especial preocupación por mantener la actualización permanente de este espacio.

La construcción de este espacio permite mantener un registro ordenado de los aportes recibidos por la comunidad, los que a partir de su crecimiento podrán reagruparse en nuevas categorías, cumpliendo múltiples funciones aún hoy difícil de anticipar. Es de esperar que una vez apropiada la innovación por la audiencia sea indistinto participar en uno u otro espacio web. Sin embargo, esta apropiación llevará un proceso largo, si bien el camino Facebook se considera como formato web más apropiado para acelerar los mecanismos de participación. De esta forma, se generan tres perfiles amigables de Facebook, para los programas radiofónicos: Pedimos la Palabra, el Psicólogo en Casa, y Agenda Dominical. Los espacios de participación que se proponen al oyente como protagonista en tanto lo invitan a producir contenidos, son cambiantes, dado que la variación en el tiempo también es parte de la propuesta, pues la misma lógica de la red así lo sugiere. Hasta el momento se han generado los siguientes espacios:

- a. El reportero es usted

A través de este espacio se sugiere que la comunidad acerque voces a la radio, a través del género de entrevistas en formato audio, utilizando distintos dispositivos que tenga a mano: grabadoras, teléfonos celulares, cámaras digitales, de las que se puedan extraer audios. Las páginas de Facebook directas o los links de la página www.ondascanaris.com.ec/innovacionenfacebook/web2/ cuentan con un repositorio en el que se publican las propuestas que posteriormente serán difundidas a través de la Radio.

Las entrevistas que nacen de todas las voces, democratizando la palabra y revirtiendo el rol pasivo del oyente, se clasifican en:

- Entrevistas informativas, para obtener datos, completar informaciones, con actores o testigos de los acontecimientos.
- Entrevistas de opinión, para conocer los argumentos, las valoraciones, los juicios y prejuicios sobre un hecho o situación.
- Entrevistas de personalidad, se llaman también de semblanza, aquí es el mismo entrevistado, su vida, su carácter, muchas veces el lado humano y cotidiano de la gente.

Se pueden hacer entrevistas con una anciana que cuenta su vida, o con una persona privada de la libertad que cuenta su emprendimiento en marcha. Se trata de hacer un retrato hablado del entrevistado en formato multimedia como se ilustra en la figura 1.



Figura 1. Formato multimedia de página de Facebook

b. ¡Escribe, tu opinión cuenta!

La segunda opción de participación del oyente que transforma su rol, promueve que pueda aportar contenidos mediante la crónica: artículos de opinión, comentarios y editoriales, encaminados a enriquecer los enfoques de los programas.

Las páginas de Facebook directas o los links de la página www.ondascanaris.com.ec/innovacionfacebook/web2/ cuentan con un repositorio en el que se publican las propuestas que posteriormente son difundidas a través de la Radio, como se aprecia en la figura 2.



Figura 2. Interacción en Facebook

c. ¡El tema lo pones tú!

Un tercer espacio de participación del oyente, es a través de la propuesta de temas para ser tratados en los programas. Aquí se publican los aportes que permitirán agendar un mes de programación, bajo un control de calidad y selección previa al abordaje en los espacios radiofónicos descriptos. Las propuestas de la gente tendrán peso específico y relativo superior respecto a los temas que salen del escritorio o de la producción de la emisora.

En este espacio también se publica un tutorial en las páginas de Facebook, en forma directa o mediante el link de la plataforma tanto para el agendamiento de las recomendaciones en la programación, como para subir una fotografía que muestre el rostro comunitario, como se ilustra en la figura 3.



Figura 3. Proposición de temas a través de Facebook

Estos tres espacios muestran el eje de la intervención desarrollada. De esta forma, la idea del modelo técnico-comunicacional es que la relación de complementación entre la radio y la red social esté dada por la producción de contenidos. La red social en este caso será un canal de enriquecimiento de la producción radiofónica, pero a la vez el medio radial será un promotor de estrategias de comunicación que requieren del desarrollo de competencias digitales que no sólo permitirán al oyente desarrollar sus habilidades digitales sino también alzar su voz como “prosumidor”, en términos del planteo de Pisani y Piotet (2008). De esta forma, se fomenta la comunidad de radio Ondas Cañaris FM tal como se explicitara, convirtiendo en protagonista de la comunicación al “oyente” con enfoque educativo. Una audiencia con rostro que a medida que crezca, posiblemente se organizará en grupos de interés.

Conclusiones

En el período de desarrollo del presente trabajo, se ha tenido la oportunidad de generar tanto posicionamientos teóricos como también hallazgos, derivados del proceso de investigación y de la implementación en particular.

De forma esquemática, en lo referente a los aspectos teóricos abordados se destaca:

- La comunicación conforma una experiencia antropológica fundamental. Comunicar consiste en intercambiar con el otro. No existe una comunicación en sí misma, ella está siempre ligada a un modelo cultural, es decir a una representación del otro, porque comunicar consiste en difundir, pero también en interactuar con un individuo o una colectividad (Wolton 2007).
- Los modelos comunicacionales constituyen una cuestión fundamental en la teoría de los medios y existe un puente entre las nuevas tecnologías y los nuevos usos de los medios de comunicación a partir de un nuevo modelo comunicacional.
- El fuerte cambio en el paisaje de los medios, no sólo estaría vinculado a los avances tecnológicos sino a la forma en cómo las personas se apropian de los medios y los resignifican en sus prácticas cotidianas (Cardoso, 2014).
- Los medios cumplen roles sociales. En el caso de la radio, informar, orientar y entretener ha sido su función tradicional. Sin embargo, es posible advertir que las conexiones entre los distintos medios y la sociedad cambian con el tiempo y que el modelo comunicacional en red abre nuevas puertas al vínculo entre la radio y su audiencia.
- La radio, junto con la prensa y el cine se han caracterizado como sistemas jerárquicos, mientras que la TV e Internet como sistemas horizontales, por lo que el modelo presentado se propone generar un entorno comunicacional a partir del medio radial que avance hacia la horizontalidad, entendida como la posibilidad de audiencias productoras de contenidos.
- La aparente democratización del acceso a medios masivos de comunicación, y consecuentemente a las fuentes de información, se pulveriza en el momento en que se demuestra el predominio de sectores privilegiados. La pobreza y la marginalidad en sus diferentes perspectivas, están directamente asociadas al déficit de competencias informáticas, y generan así un nuevo tipo de exclusión que incapacita a los ciudadanos para insertarse en la sociedad y a los países, para crear su propia sociedad de la información e intervenir en condiciones de igualdad en los destinos mundiales.
- La alfabetización mediática se sitúa en las posibilidades reales de aparecer con un sentido crítico sobre los contenidos de los medios de comunicación. Además, ofrece a las personas la posibilidad de desarrollarse según sus gustos y formación, sin limitaciones espacio- temporales en la inmensidad de medios de comunicación ligados a la tecnología digital.
- La necesidad de asegurar el acceso para superar la brecha económica, que supone el modelo de desarrollo, es una premisa, aunque hoy emergen nuevos desafíos: el nivel de alfabetización mediática de los mayores es considerablemente bajo. La nueva sociedad de la información y de la comunicación necesita nuevas formas de alfabetización digital que incorpore a la sociedad en su conjunto.
- Las relaciones entre emisor y receptor no son lineales, por el contrario, múltiples mediaciones intervienen en la construcción del sentido que estos últimos atribuyen a los mensajes. La complejidad de este efecto debe tener en cuenta el contenido manifiesto y latente, así como las condiciones sociológicas y psicológicas de su recepción (Cazeneuve, 1963).

- Pensar la técnica mediática en términos de finalidad es permanecer en el punto de vista instrumental cuando deberíamos buscar el desvelamiento, es decir, el sentido de los medios técnicos que nos lleva a pensar en formas de apropiación. Siempre teniendo en cuenta que “el medio no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública” (Martín-Barbero, 2002).
- Lo que se viene es una revisión del papel de las radios universitarias como emisoras alternativas y de servicio público, cuando se han postulado como radios que traspasan la frontera de lo exclusivamente instructivo y/o formativo para trascender a un carácter social y de servicio ciudadano. Unas estaciones que, integradas en el seno de la comunidad universitaria como medio propio y de expresión alternativa, constituyen una forma de democratización y servicio público, puesta a disposición de todos los miembros de la comunidad universitaria en particular, y de los ciudadanos en general (Ronda, 2011).
- El esfuerzo está dirigido a la “alfabetización mediática que está dividida, por lo visto, en un sistema de competencias individuales en donde la persona tiene la capacidad de usar operativamente los medios, comprender críticamente, poder evaluar la información y capacidad de crear, comunicar y participar.
- Las redes sociales se han convertido en ámbitos de interacción social entre los jóvenes que crean un perfil para relacionarse con los demás. La exposición pública en el caso de los adolescentes puede generar problemas sobre aspectos sociales, emotivos y afectivos.

Finalmente, en estrecha relación con la implementación analizada, se destacan:

- Es fundamental el diseño de un entorno con características comunicacionales muy amigables a fin de revertir el histórico rol pasivo del oyente, a otro de mayor participación y protagonismo.
- Tomando en cuenta que el rastreo teórico y la investigación se basan preferentemente en la herramienta Facebook, se consensuó en la necesidad de crear tres páginas en Facebook que comanden la participación ciudadana, derivando a través del link <http://www.ondascanaris.com.ec/innovacionfacebook/web2/> a la página principal de la producción. Por tanto, los programas Agenda Dominical, el Sicólogo en Casa y Pedimos la Palabra cuentan cada uno con la respectiva página de Facebook.
- El nuevo diseño de la página en Facebook superó la propuesta del perfil de Facebook de Ondas Cañaris de carácter institucional, en el sentido de promover un fuerte vínculo que fomenta al oyente para potenciar su participación.
- Resulta imprescindible establecer criterios que aprovechen las potencialidades de las redes sociales para motivar al oyente hacia un rol más productivo, instruir su participación en base a los tutoriales y guiar su participación desde una propuesta pedagógica.
- Se apuesta al desarrollo de competencias digitales al crear los espacios de participación en Internet. Además, se centra en la intención de formar reporteros populares y estimular masa crítica cuando se propone el trazo de editoriales y comentarios, bajo un esquema pedagógico constante en los tutoriales.

Referencias bibliográficas

- ARTEAGA, C. La Radio como Medio para la Educación. *Revista Razón y Palabra*. Nro.36, Diciembre 2014-Enero 2015. México. (En línea). Recuperado el 14/03/2014, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n36/carteaga.html>
- ALMANSA, A., FONSECA, O., CASTILLO, A. (2012). *Redes Sociales y Jóvenes. Uso de Facebook en la Juventud Colombiana y Española*. Málaga. Planeta.
- ACED, C., SANAGUSTÍN, E., (2012). *Facebook para Dummies*. Barcelona. Planeta.
- BURBULES, N. C. (2001). *Theory and research on teaching as dialogue*.
- BURBULES, N., CALLISTER, T. (2008). *Riesgos y Promesas de las Nuevas Tecnologías de la Información*. Buenos Aires. Granica.
- BUCKINGHAM, D. (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje Infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires. Manantiales.
- CARDOSO, G. (2014). *De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información*. (En línea). Recuperado el 5/11/2014: <http://portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=58>
- CASTELLS, M. (2000). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Madrid. Planeta.
- CMSI, (2006). *Conectar las Aldeas del Mundo*. (En línea). Recuperado el 2/11/2014: <http://www.itu.int/itu-news/manager/display.asp?lang=es&year=2008&issue=04&ipage=villageConnectivity&text=html>
- CARBONE, G. (2004). *Escuela, medios de comunicación social y transposiciones*. Madrid. Miño y Dávila.
- CAZENEUVE, J. (1963). *Sociologie de la radio-télévision* (No. 1026). Presses universitaires de France. Recuperado el 5/11/2014: <http://portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=58>.
- GARCÍA-CANCLINI, N. (1992). *Conflictos multiculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo.
- HESMONDHALGH, D. (2007). *The cultural industries*. Sage Publication.
- JORDÁN, R.; PANCHANA, A. (2010). *Los medios de Comunicación en Ecuador*. Recuperado de: <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>
- LÓPEZ, M. (2010). *Comunicación Radiofónica a Distancia*. Latacunga. Católica.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2002). *La educación desde la comunicación*. Bogotá. Grupo Editorial Norma.
- MÉNDIZ, H. (2003). *La radio va a la escuela*. *Comunicar*, 20, 2003. *Revista Científica de Comunicación y Educación*; ISSN: 1134-3478; páginas 115-120 (En línea). Recuperado el 2/04/2014: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/1168>
- MEDINA, A. C. (2007). *Nuevas tecnologías para la educación en la era digital*. Ediciones Pirámide.
- ORTOLEVA, P. (2004). *O Novo Sistema dos Media*. En J. M. Paquete DeOliveira, Cardoso y J. Barreiros, *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação* Lisboa: Químera.

- PERONA, J. (2012). *Las Emisoras Universitarias en el Contexto Digital: Programación, Nuevos Medios y Hábitos de Escucha*. Barcelona. UOC.
- PISANI y PIOTET (2008). *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona. Paidós.
- Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui (2013). El rol social de la educación en medios. Publicación digital Nro. 123 (2013). Recuperado el 4/04/2014: http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/issue/view/124_2013
- RONDA, J. (2011). *Inventar en las Ondas. La Radio Universitaria, una nueva forma de programación y especialización*. La Coruña. Netbiblo.
- RODERO, E. (2008). Educar a través de la radio. *Revista Signo y Pensamiento* 52 · Volumen XXVII · enero - junio 2008(En línea). Recuperado el 4/04/2014: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4581>
- SALAVERRIA, R; CORES, R (2005). Géneros Periodísticos en los cibermedios hispanos. En Salaverría, R. (coord.). *Cibermedios. El impacto del internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones, p. 145- 185.
- SZYSZKO, N., NERI, C, CATALDI, Z. (2010). La radio en la escuela media como agente participativo. *Revista Quaderns Digital* (En línea). Recuperado el 10/01/2014: http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_808/a_10906/10906.html
- UNESCO, (2012). *Resumen Ejecutivo. ITU. Medición de la Sociedad de la Información*. Unión Internacional de Telecomunicaciones Place des NationsCH-1211 Ginebra, Suiza. (En línea). Recuperado el 25/05/2014: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/material/2012/MIS2012-ExecSum-S.pdf>
- WOLTON, D. (2007). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires. Prometeo Libros.