Radios

Universitarias

Radios

Universitarias

Tito Ballesteros López. titoballesteros@gmail.com
http://www.titoballesteros.blogspot.com/
Ciudad de Panamá. Noviembre de 2010

Mucho se ha escrito sobre el texto sonoro y muchas son las radios universitarias que se mueven en el dial. Donde hay sonido hay movimiento.

Con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación las universidades encuentran estupenda opción para subir su mirada a la Web. Proponer, discutir y leer la ciudad, el país, la región.

Este escrito, con todas sus limitaciones, pretende provocar la reflexión al interior de las radios universitarias. Hablar con el lector – productor sobre la función que ellas cumplen. Discutir y tener desencuentros, proponer y buscar criterios éticos, estéticos y de participación desde un horizonte enriquecido por formatos más cercanos a la comunicación.

La suma de renglones sirve como diagnóstico y revisión para muchos medios que - hay que decirlo - no encuentran una plena orientación en sus dinámicas internas. Prácticas ayunas de comunicación e investigación ancladas en viejas formulas. Por eso, el texto puede ser un reto para las estaciones que miran y revisan su accionar.

Conocemos de radios universitarias territoriales convencionales, radios universitarias convencionales que retransmiten su señal por Internet y las que hacen sus apuestas sonoras puras desde la Web. El panorama es cada vez más plural, ágil y colorido en voces y posturas. Pero, al parecer, sus necesidades son comunes. Empecemos por el principio: el Proyecto Político Comunicacional de la Universidad.

Audiovisual

Radios

Universitarias.

http://www.youtube.com/watch?v=2FXSnD0Jw1w

En la Universidad se enseña a pensar, a construir futuro ¿Y en la Radio Universitaria se debe enseñar. Cómo enseñar?

I. Proyecto Político Comunicacional de la Universidad.

Las escuelas, colegios, empresas en general interesadas en crear sus medios de comunicación, antes de tenerlos, en teoría, reflexionan sobre su Plan de Medios. Ese mecanismo permite crear una visión, misión y objetivos sobre los retos que se propone la naciente organización: tener sus propios medios de comunicación. El Plan de Medios es el norte, el principio que bien podría acercar a buen puerto.

La Universidad tiene la función de trasmitir, en un proceso académico, conocimientos. En tanto, cumple una función de docencia. Su segunda función es Investigación: explora, busca el conocimiento y finalmente, como tercera función, une el conocimiento académico con la realidad social.

Si la Universidad adolece de un Plan de Medios nunca es tarde y bien vale la pena bajar la velocidad de los programas de la radio para pensar en ese aspecto.

Sin Plan de Medios la radio universitaria opera a partir de caprichos, modas, gustos y corre el riesgo de clonar lo comercial.

En algunas estaciones el proceso o los eventuales marcos enunciativos que ponen el acento en gestiones comunicacionales como plataforma organizante y de planificación de sus sistemas de comunicación mediática es pobre. Cuando se vuelve sobre los pasos dados se evidencia que en ocasiones se navega no en la Red sino en la incertidumbre del dial. Falló o no hubo Plan de Medios.

Las políticas comunicativas hechas realidad en estrategias comunicantes más usos tecnológicos adecuados, factores técnicos y humanos permite el sostenimiento del proyecto comunicativo; léase político, económico, social, cultural, institucional.

Sin Plan de Medios la radio es absorbida por el día a día. Pierde equilibrio. El soplo de los estudios de audiencias de las radios comerciales la sacude y entonces, falsas preocupaciones surgen. El Plan de Medios promueve la comunicación interna.

Un Plan de Medios hace más competitiva a la radio universitaria, pues, no sólo se ajusta a las ideas filosóficas de la Universidad, sino que tiene un derrotero seguro sobre el cual sembrar. Sin una estrategia clara de comunicación puede ocurrir:

- Duda de su personalidad
- Registra una sensible baja participación de la misma comunidad académica en el proyecto sonoro
- Favorece la ruptura entre los intereses del Alma Mater y los de la sociedad
- Se convierte, solamente, en alta voz de la institución
- Se hace más política y menos plural, pero, sobre todo, duda de su personalidad

Sin Plan de Medios, las radios **universitarias podrían copiar, reproducir o clonar a las demás radios comportándose como menores de edad. Sin plan de medios**, las radios universitarias podrían copiar, reproducir o clonar a las demás radios comportándose como **menores de edad.**

Sin plan de medios, las radios universitarias podrían copiar, reproducir o clonar a las demás radios comportándose como menores de edad. Sin plan de medios, las radios universitarias podrían copiar, reproducir o clonar a las demás radios comportándose como menores de edad.

Sin plan de medios, las radios universitarias podrían copiar, reproducir o clonar a las demás radios comportándose como menores de edad. Sin plan de medios, las radios universitarias podrían copiar, reproducir o clonar a **las demás radios comportándose como menores de edad.**

“No obstante, debemos entender que la Universidad es una industria cultural que genera en su interior productos que **giran en torno a la dinámica de su campo social**; el querer llevar estos productos fuera de este campo social hacia uno en el cual mayor cantidad de personas tengan la posibilidad de percibir este producto requiere de insertar estos mismos productos de la industria cultural universitaria en otra, una industria cultural con una dinámica y lenguajes distintos”. Raúl Navarro Benítez. percibir este producto requiere de insertar estos mismos productos de la industria cultural universitaria en otra, una industria cultural percibir este producto requiere de insertar estos mismos productos de la industria cultural universitaria en otra, una industria cultural percibir este producto requiere de insertar estos mismos productos de la industria cultural universitaria en otra, una industria cultural percibir este producto requiere de insertar estos mismos productos de la industria cultural universitaria en otra, una industria cultural.

II. Radios Universitarias públicas.

Ni todas las radios universitarias son públicas ni todas las radios universitarias privadas están para apoyar políticas públicas.

Una Radio Universitaria pública tiene derechos y deberes muy distintos a los adquiridos por una Radio Universitaria privada así su programación se haga con sentido del bien público. Es decir: es muy distinto hablar de un servicio público a un medio público estatal. Un medio público es un aparato del Estado pago por él y sobre el cual adquiere compromisos y escrutinios públicos, pues, sus ingresos son justamente tomados del erario público. Del contribuyente. Una Radio Universitaria privada pone el acento en otras prioridades, parecidas, quizá, en las funciones que le son propias a la Universidad, pero distinta en sus responsabilidades con el contribuyente.

El reverdecer de las radios universitarias
El nuevo escenario
Radios culturales. Universitarias

Audios

Radios

Universitarias.

Escuche: http://titoballesteros.blogspot.com/2010/10/radios-universitarias.html

El trabajador de la Radio pública es pago por cada ciudadano, en tanto, su comportamiento ético le exige los más altos niveles de responsabilidad frente, no sólo al manejo de los recursos, sino a la calidad y prestación de servicios. En esa línea argumentativa, la programación de una Radio Universitaria pública vincula opiniones de la comunidad, pluralidad, participación, espacio de debate y discusión.

Una radio universitaria auspiciada desde lo público fija metas a partir de sus públicos. Hace balance, se agenda con las necesidades de la sociedad y no sólo es el micrófono del gobernante en curso.

La Radio Universitaria pública vigila los contenidos sonoros a través de mecanismos como los defensores del oyente.

Una preocupación de la Radio Universitaria pública no debería ser el mercado, sino el servicio.

La Radio Universitaria en algunos casos obedece a planes de Gobierno y a sus prioridades. Demos una mirada a este texto sugerido en el trabajo Impacto de la política comunicacional de las universidades venezolanas sobre la competitividad de sus emisoras de radio (Avance de investigación) escrito por Edinson Castro Pedrozo y Alicia Pineda y en el que cita:

"La Radio sigue siendo necesaria para ofrecer una visión global de la sociedad y no sólo aspectos atrayentes, anecdóticos y espectaculares para la audiencia; es un medio de cohesión social y de enriquecimiento de las variedades culturales de los diversos grupos que componen la audiencia en el que debe sobresalir la calidad informativa. Es el medio de referencia común, desposeídos de intereses partidistas y puesto al servicio de toda la sociedad." Mariano Cebrián Herreros. (2001)

Qué es una Radio Universitaria. "Se entiende por Radio Universitaria como toda frecuencia asignada a una institución de educación superior pública o privada. Esta definición permite analizar estos medios más allá de sus modos organizativos-gerenciales. De este modo encontramos que estas emisoras de todos los países tendrán como característica que las identifica el propietario del medio, ya sea pública o privada.

Sin embargo, los modelos gerenciales, organizacionales, operativos, de producción y programación varían aún en un mismo territorio.

Lo cierto es que el surgimiento de medios de comunicación como la radio en el seno de las universidades del país se justifica por la necesidad creciente que tienen las instituciones de educación superior de informar, difundir y divulgar directamente lo concerniente a su razón de ser: docencia, investigación y extensión. Principios viables dentro del ejercicio de la comunicación a través de los medios masivos". Edinson Castro Pedrozo y Alicia Pineda.

Radios y nuevos modelos de difusión
Qué ofrecen las radios universitarias
Escuche: http://www.myebook.com/ebook_viewer.php?ebookId=54691

Audios

Radios

Universitarias.

“Sin abandonar su estancia, las radios universitarias buscan nuevos modelos de difusión de las actividades de las casas de estudio, y por ende se han convertido en eficaces transmisoras no sólo de las actividades culturales, sino que cada vez intentan introducir radioescuchas en el conocimiento de la ciencia a través de formatos mil, que puedan interesar, tanto al universitario como al público lego en la materia”. Manuel Ortiz Marín. Profesor de la Universidad Autónoma de Baja California.

Nuestras estaciones ofrecen la posibilidad de recuperar la esfera pública, a través de la construcción de espacios que den cabida a lo diverso, lo alternativo y lo antagónico, con miras a la transformación o replanteamiento de los valores de una sociedad que afronta nuevos y complejos problemas. Esta función es cumplida con diversos modelos en la mayoría de los países del mundo: en Estados Unidos, el reino del mercado y la competitividad, existe un sistema nacional de radiodifusión educativa, cultural y universitaria conocida como PBS, misma que garantiza la expresión de las minorías excluidas por la dinámica mercantil. En países europeos, esta función queda a cargo de los sistemas estatales como RFI en Francia, RAI en Italia, BBC de Londres y RN en Holanda. México realizó durante las décadas de los 70 y 80 intentos de fomento a la comunicación pública a través de IMEVISION e IMER así como los sistemas estatales de radio y televisión que existen en la mayoría de las entidades federativas. No obstante, las relaciones perversas entre el poder y los medios, el déficit fiscal del estado y la falta de credibilidad afectaron notablemente estos proyectos que van a la baja, cuando no han desaparecido de plano. No es el caso de las radios universitarias con proyectos culturales alternativos que mantienen sus niveles de independencia y credibilidad, como se muestra a través de la oferta de "colaboradores voluntarios". Lic. Irving Berlín Villafaña. Radio Universidad de Yucatán.

La Radio Universitaria al ser altamente participativa y propiciadora del debate se desnaturaliza al tomar decisiones de programación basados en estudios de audiencias hechos únicamente por el director y el equipo de la emisora. Nada más lejano de lo público y a los públicos.

III. Programación en las radios universitarias.

Con el advenimiento de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, las radios universitarias públicas y privadas enfrentan el reto de comunicar desde nuevos escenarios y en muchos casos, escenarios con altas concentraciones de oyentes jóvenes que cada vez más escuchan menos radio convencional. Las nuevas audiencias migran a reproductores de todo tipo y consumen sonidos cada vez más portátiles, a la carta.

La programación de las radios universitarias

Audios

Radios

Universitarias.

El diseño de los contenidos ofrecidos en estas estaciones bien podría ser discutido en los Clubes de Oyentes o, Juntas de Programación, auténticamente plurales y participativas.

La Radio Universitaria al ser altamente participativa y propiciadora del debate se desnaturaliza al tomar decisiones de programación basados en estudios de audiencias hechos únicamente por el Director y el equipo de la emisora. Nada más lejano de lo público y a los públicos. ¿Una programación de la Radio Universitaria fuera de sintonía con sus audiencias?

La posibilidad de contar con medios creativos, innovadores, resistentes a la costumbre, con capacidad de búsqueda es cada vez más posible a partir de la escucha del otro.

Estudiantes activos dentro del Alma Mater que ponen a consideración de la ciudad sus proyectos de grado, experiencias como practicantes, exploradores que van más allá del salón de clase y proponen espacios que ellos con su conocimiento pueden aportar. El poner música sin ton ni son, queda a la radio comercial, pero con tantos y tantos estudiantes, ¿cómo perder el tiempo actuando como menores de edad y además, queriendo ser como las radios comerciales?.

“Finalmente, las radios de las universidades realizan una serie de actividades mediante la oferta de productos y/o servicios que les permiten cumplir con su razón de ser, de ahí la necesidad de determinar la cantidad de productos dentro de la Parrilla de Programación que respondan a las funciones de docencia, investigación y extensión universitaria.

Siendo más específicos se podría preguntar: ¿La política comunicacional universitaria contempla lineamientos sobre la programación de estas emisoras siguiendo patrones propios que respondan a los principios básicos de la universidad?, ¿Cuál es el efecto que causa la política comunicacional sobre la programación de las emisoras?, ¿Compite la programación de la radio de las universidades con la radio comercial?, ¿En qué se fundamenta esa competencia?, ¿Producen estas emisoras de radio una programación de calidad?, ¿Desarrollan las radios de las universidades proyectos relacionados con las actividades propias de una emisora de radio de esta naturaleza?, ¿Cuál es el efecto del financiamiento sobre los planes de capacitación y actualización?, ¿Cómo impacta la política comunicacional universitaria y la de las emisoras de radio los planes de formación y capacitación de su personal?”. Edinson Castro Pedrozo

Audiovisual

Radios

Universitarias.

http://www.youtube.com/watch?v=yOj-xJHv_XU

Se cree, en general, que la radio universitaria...

- No es escuchada. Esto se dice porque es evaluada según estudios de audiencias de las radios comerciales. Sus audiencias son otras.
- Por ser crítica y enseñar un consumo crítico de los medios es aburrida.
- Privilegia el contenido, sacrificando la forma
- Algunos de sus programas son eternos monólogos y son para universitarios
- Asumen poca exploración en géneros y formatos
- Trabajan sobre costumbres sin rompen hacia la pluralidad
- Sus productos sonoros son tradicionalistas
- Busca producciones seguras. Probadas
- Teme a la exploración
- La dificultad por atraer oyentes, es común en medios públicos

Fortalezas y ventajas

Cuenta con la confianza de la ciudadanía gracias al tratamiento y calidad de contenidos
Trabaja sobre el difusionismo de la cultura
Es un medio que enriquece el debate
Propone contenidos socialmente útiles
Asume con claridad su responsabilidad comunicativa
Contribuye al desarrollo, cohesión social, cultural y democrático
Es abierta frente a la diversidad étnica, social, política
Fomenta la formación de ciudadanía
Ofrece espacios de formación desde la escucha a jóvenes, niños
Apoya la creación intelectual y artística
Favorece la rentabilidad social y política de la ciudad desde la que emite
Fortalece los procesos pacíficos locales
Su rentabilidad está determinada por beneficios sociales
Son herramientas necesarias dentro de la sociedad

Desafíos

Mejorar el Proyecto Político Comunicacional de la Universidad
Definir con claridad sus horizontes en materia de programación
Capacitar al personal de la radio
Desarrollarse en ambientes virtuales
Identificar con claridad sus públicos no necesariamente como consumidores
Abrirse a la participación del ciudadano hacia la programación y creación de la misma
Ser más competitivas sin desnaturalizar sus valores y acentos propios
Evaluarse. (Defensores del oyente)
Fortalecer los espacios de discusión, debate.
Experimentar sonoramente
Lograr sostenibilidad económica
Evitar que la inestabilidad política conduzca a la inestabilidad sonora
Ser modelo de referencia en el manejo de contenidos

Recogemos citas de un trabajo publicado por Marina Vázquez G. y titulado las Radios Universitarias españolas buscan consolidarse como red

El catedrático de Educación en Medios de Comunicación, José Ignacio Aguaded, que dirige el encuentro 'Ondas en las universidades: radios universitarias como servicios ciudadanos de comunicación' (…) ha asegurado este lunes que dichas radios "demuestran que otra programación es posible en los medios públicos". (…) pues "rompen la etiqueta de que los estudiantes no quieren participar en la vida universitaria. Cuando se ponen cauces de participación, los alumnos responden. Son muchos los alumnos y profesores que colaboran, de manera voluntaria y altruista, en estos medios".

Estas emisoras abren la puerta a la publicidad social, "llamada así en contraposición a la publicidad comercial", explicó el profesor, que también ocupa el cargo de vicerrector de Tecnología y Calidad de la Universidad de Huelva. "Vendemos valores sociales, frente a la venta del consumismo, del materialismo y promovemos la tolerancia, la solidaridad y la lucha contra la discriminación, porque entendemos que ofrecemos un servicio público de carácter social", añadió Aguaded.

El profesor portugués Vítor Reia, “esos medios alternativos no pueden regirse por una “dictadura de las audiencias”. (…) Sobre el debate en torno a si las radios universitarias deben abrir sus puertas a los temas políticos, Reia aclaró: “Sería impensable que en un medio universitario no se hablara nada de política. ¿Cómo se podría discutir sobre Filosofía o sobre Sociología si no se habla de política? Otra cosa es que la radio esté politizada, en un sentido partidario del término. Eso sí sería negativo. Porque una universidad es un universo, como su propio nombre dice. En ella hay muchas voluntades y tendencias. La radio no debe ser el instrumento de un director o de un rector, sino el instrumento de la Universidad”, concluyó el ponente.

La periodista Paloma Contreras, que codirige el ciclo de ponencias “Ondas en las universidades: radios universitarias como servicios ciudadanos de comunicación”(…) y es directora de Uniradio, la emisora de la Universidad de Huelva(…) auguró un futuro prometedor para las radios universitarias, pues “estamos trabajando muy duro para que aumente nuestra visibilidad. Debemos seguir aunando fuerzas. Dicen los compañeros latinoamericanos que han intervenido en Baeza que las emisoras españolas nos subestimamos. Y es verdad. Es hora de decir que estamos aquí, que estamos llevando a cabo una función muy importante”.

Por su parte, el vicerrector TIC de la Universidad de Jaén, Francisco Roca, que también participa en las ponencias, aseguró que "las universidades deben cumplir una labor social, al menos en su entorno y deben guiar a la sociedad, porque se da la obligación de ir a la vanguardia, y las radios son un medio para ello. Es una ventana más para estar en contacto con los ciudadanos", apostilló.

"Lo deseable sería conseguir personajes mediáticos académicos", añadió Roca, que coordina el Campus Andaluz Virtual. "Sería magnífico que los jóvenes tuvieran como referencia a grandes investigadores, otros posibles ídolos más allá de los grandes futbolistas o cantantes", insistió.

Modulando la Universidad para un vínculo social
Radios universitarias y educativas en México
La Universidad latinoamericana
Descargue las lecturas aquí: http://www.myebook.com/ebook_viewer.php?ebookId=54691

Lecturas para llevar

Radios

Universitarias.

Abrimos el espacio para que usted discuta el texto. Plantee acuerdos y desacuerdos pero, finalmente, mire al interior de la Radio Universitaria.

Gracias a todos los participantes del foro sobre radios universitarias. Sus aportes fueron muy importantes para la escritura del presente texto.

Conclusión

Radios

Universitarias.

BERLIN Villafaña, Irvin. Revista latina de comunicación social. El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México. Marzo año/volumen 3. Número 027
CASTRO Pedrozo, Edinson y PINEDA, Alicia. Impacto de la política comunicacional de las universidades venezolanas sobre la competitividad de sus emisoras de radio. (Avance de investigación)
NAVARRO Benítez, Raúl. Radio: Modulando la universidad para un vínculo social. Una propuesta radiofónica para la UAM
ORTIZ Marín, Manuel. La Radio Universitaria
VÁZQUEZ, Marina. Radios Universitarias españolas buscan consolidarse como red

Videos
http://www.youtube.com/watch?v=2FXSnD0Jw1w
http://videolog.uol.com.br/video.php?id=357620
http://www.youtube.com/watch?v=yOj-xJHv_XU

Audios
http://arcdigital.blogspot.com/

+ información
http://radiomex.blogspot.com/2007/09/la-radio-universitaria.html
http://radioyuniversidad.wordpress.com/2010/10/01/los-propositos-de-la-nueva-directiva-de-la-red-de-radios-universitarias-en-mexico/
http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=174529
http://www.liccom.edu.uy/seminario/ponencias/castro-pedrozo-pineda.html
http://seniales.blogspot.com/2010/08/radios-universitarias-laboratorios-para.html
http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-95182007000300003&script=sci_arttext
http://revistatrecho.com/2009/03/en-medio-radios-universitarias-de-la-creatividad-y-el-conocimiento/

Bibliografía

Radios
Universitarias.

Radios

Universitarias

Tito Ballesteros López. titoballesteros@gmail.com
www.titoballesteros.blogspot.com
Ciudad de Panamá. Noviembre de 2010