

La radio online como instrumento de estrategia comunicativa

Miguel Andrés Jaramillo Jalón; Msc. Carlos Gavilondo Rodríguez
Universidad Politécnica Salesiana.
Campus Centenario Robles 107 y Chambers.
Guayaquil –Ecuador
mjaramillojal@est.ups.edu.ec; cgavilondo@ups.edu.ec

Resumen

El siguiente artículo expone los resultados de una investigación donde la radio online, es un medio de comunicación recomendado para instituciones sin fines de lucro. Este medio es considerado un instrumento de comunicación muy poderoso y efectivo, teniendo un gran alcance en el público cibernauta. La radio por internet tiene muchos beneficios tanto en su utilidad como en su desarrollo, El más claro ejemplo en la actualidad se da con radios independientes que transmiten su señal por medio de sus páginas web promoviendo una nueva forma de escuchar radio y culturizando las masas. Por este motivo, la radio online se utiliza como estrategia de comunicación para extender el flujo de información de las actividades que realiza la Cruz Roja Ecuatoriana Junta Provincial del Guayas. Los criterios expuestos en este artículo, se fundamentan en las nuevas tecnologías de la comunicación aplicadas en la comunidad cibernauta. La radio online cuenta con programas radiales informativos, culturales y de entretenimiento que potenciará a que más personas escuchen Radio Cruz Roja Ecuatoriana.

Palabras claves: Cruz roja ecuatoriana; estrategia de comunicación; radio online; tecnologías de la comunicación.

Abstract

The next article presents the results of an investigation where online radio is a recommended media for non-profit institutions. This media is considered as a powerful and effective communication tool, having a great impact in the internet community. Internet radio has many benefits, both as utility and the developing, the clearest example nowadays is given by independent radios that transmit their signal through their websites promoting a new way to listen the radio and inculcating knowledge to the masses. For this reason, the online radio is used as a communication strategy to expand the flow of information from the activities of the Cruz Roja Ecuatoriana Junta Provincial del Guayas.

This article is based on the new communication technologies applied in the internet community. The online radio has informational, cultural and entertainment segments that will encourage for more people to listen the Ecuadorian red cross.

Keywords: Ecuadorian red cross; communication strategy; online radio; communication technologies.

INTRODUCCIÓN

La radio online, también conocida como ciberradio¹, es un medio de comunicación que forman parte nuevas tecnologías de la información, Cebrián (2008) considera que la ciberradio va de la mano con la interactividad. “...superan la tradicional comunicación de participación en los estudios vía telefónica o de otras modalidades”. (p. 39).

Las emisoras de radio implementan la radio online retransmitiendo su señal por sus páginas web, llegando a más oyentes a través de las redes sociales. De acuerdo con Lopez (2010) “Las emisoras on line permiten mayor interactividad y ofrecen nuevos sistemas de comunicación entre la radio y el oyente” (p. 5). Por esta referencia permitió que grupos independientes aficionados a la radio, comenzaran a transmitir contenidos desde sus ordenadores. Muchas cadenas de estas radios comenzaron de esta forma hasta convertirse en grandes estaciones en la actualidad, como referencia en Ecuador las emisoras de radio online que utilizamos como referencia son Radiococoa² y MasterMusic³.

Asegura García (2010), “la radio nace por la invención y la creatividad de algunas personas” (p. 5). Redacta, que la radio tuvo su evolución a través del tiempo hasta la actualidad.

La radiodifusión en América Latina, inicia a partir de una serie de inventos rudimentarios que permitieron dar las primeras emisiones radiales, empezando en Argentina con Radio aficionados intercambiando información entre regiones.

En Ecuador la radiodifusión tuvo sus inicios en “Riobamba” con la Radio “El Prado”, esta realizó su primera emisión el 13 de Junio de 1929 y luego extendiéndose en todo el país.

Fernández (2013), indica: “Desde la aparición del Internet y los dispositivos móviles suponen una auténtica revolución en los medios de comunicación, y la radio no es ajena a esos cambios, podríamos decir que la radio se adapta a ellos y se crean nuevas ventanas para el mundo actual y los medios de comunicación masiva” (p. 23).

El salto de la radio frecuencia a la radio online despertó el interés de muchos aficionados a la radio como característica principal de esta tecnología, cualquier persona puede compartir música, noticias y cultura con miles a su alrededor o en el mundo.

¹ Radio por internet, Radio en línea, Radio online.

² <http://radiococoa.com/>

³ <http://www.tctelevision.com/mastermusic/>

La radio online es entendida como un medio de comunicación libre, con su expansión mediante dispositivos móviles y redes sociales. Notamos el cambio y la forma de comunicarnos con la llegada del internet a los dispositivos móviles (Celular, Tablet u Ordenador portátil). Coincidimos con López (2010) “que el internet abrió un sin número de plataformas en las comunicaciones alrededor del mundo. Creo espacios web donde las personas, al alcance de un clic, podrían disfrutar el contenido variado en línea” (p. 22).

Actualmente quienes más utilizan este medio son los niños, jóvenes y jóvenes adultos, ellos manejan al menos una cuenta en alguna red social (Facebook, twitter, Instagram, Snapchat, etc.). Según Piñero & Otero (2013) “Los medios de comunicación y los medios digitales han evolucionado en su mayoría debido al proceso de socialización digital, que es impulsada por la innovación del usuario y la popularización del software social” (p. 27). Para la investigación se considera que es más fácil llegar a ellos a través de estos medios de comunicación. Como expresa López (2010), “el mercado comunicacional está sobre explotado en oferta entre los medios de comunicación escritos, las radios y las televisiones y la penetración de internet, en las sociedades, hace más amplia la oferta” (p. 34).

En la actualidad las redes sociales evolucionan conectando a millones de personas alrededor del mundo. Los medios de comunicación tuvieron un salto evolutivo, el internet acopló los medios de comunicación y mejoró el flujo de información. En ese sentido, López (2010) argumenta que:

A través del streaming, se suma la radio a la carta, un servicio que permite al oyente escuchar el programa que desee en cualquier momento y desde cualquier punto del planeta. A la emisora le permite conocer a la vez, con datos fiables, qué programas escuchan los internautas y en qué momento (p. 2).

Considerada una herramienta de utilidad para la demanda actual de comunicación, esta ha generado un cambio en la forma como las personas escuchan radio, porque el consumidor elige que tipo de programa quiere escuchar según su gusto, como ejemplo la plataforma spotify “...que transformó la industria de la música. Por si mismo se denomina un reproductor de música mágico con el cual puedes buscar instantaneamente y reproducir cualquier canción en el mundo”. (Kniberg, H. & Ivarsson, A., 2012)

Una de las razones por la cual la radio online tiene éxito es la de producción y los pocos recursos que requiere. “...Otra de las grandes novedades que aporta la radio por internet

es la posibilidad de que instituciones, asociaciones y otros colectivos culturales y sociales puedan crear una emisora con facilidad a nivel tecnológico, sin necesidad de tramites de asignación de frecuencias (como pasa con la radio analógica) y a un coste relativamente asequible” (Lopez, 2010, 2).

Cebrián (2010), se refiere a la radio online como una nueva tecnología y como un medio de comunicación de masas. Argumenta que “es más que un emulador de las emisoras actuales y su característica principal es la libre emisión de contenidos, sea musical, de entretenimiento, políticos, religiosos, culturales o variados” (p. 10). La radio online puede manejar un sin número de contenidos que son del gusto de quienes escuchan. Según afirma López (2005), “los internautas bajan su propia música y escuchan su propia selección musical. Por ahora los efectos no son alarmantes, lo cierto es que la tendencia indica que las emisoras de radio están perdiendo público” (p. 33). La radio online es novedosa porque traspasa a las nuevas tecnologías de la comunicación social (TICS), Con la utilización de programas de streaming el rango que tiene se da a notar cada vez más. Con las nuevas tecnologías, según, Cebrián (2010), “se incorporan el podcasting, los audios blogs y otras manifestaciones interactivas” (p. 123).

Los estudios y la investigación en Ecuador llevaron algunos años para su implementación en nuestro medio comunicativo que puede llegar a convertirse en una herramienta muy poderosa. De acuerdo a los registros de Radio Play Internacional, se asume que fue la primera estación de radio en Internet de Ecuador inicio el 9 de mayo del 2006 (Yaguana, 2011, 30).

La radio online en la presente investigación se considera como una estrategia de comunicación para fundaciones u organizaciones ong (organización no gubernamental), que desean un medio de comunicación con un alcance mayor al logrado en redes sociales. Con una estrategia de medios, se podrá llevar cualquier tipo de mensajes a un determinado target⁴. La estrategia se caracteriza por el tipo de mensaje, por el medio seleccionado y los resultados logrados planteados previamente. De la Mota Oreja (1998) la define de la siguiente manera: “la estrategia de medios es el empleo perfecto de los seleccionados en una campaña de información o de persuasión, para llegar debidamente a la audiencia precisa en el momento oportuno y al menor costo posible” (p. 152). El punto de

⁴ Objetivo, persona o cosa a la que se dirige una acción.

concentración de la investigación será la estrategia que servirá, para organizar puntos claves de la radio online.

Se planteo la implementación de la radio en La Cruz Roja Ecuatoriana Junta Provincial del Guayas (CRE-JPG⁵). “trabaja para aliviar y prevenir el sufrimiento humano, desde las comunidades, promoviendo el bienestar y la dignidad en la diversidad, a través del desarrollo sostenido de su voluntariado” (Recuperado de <http://www.cruzroja.org.ec/index.php/quienes-somos/mision-vision-y-accion>)

Esta institución forma parte de la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja la cual fortalece la cooperación entre países con el objetivo de poder abarcar todas las necesidades de las poblaciones más necesitadas.

Actualmente, el registro del departamento de voluntariado de la institución, cuenta con más de 1500 voluntarios en la provincia del Guayas, y en Guayaquil aproximadamente con 700. Sus actividades están destinadas a desempeñarse en los grupos de control y rescate en colaboración con el Sistema Integrado de Seguridad ECU 911. Cada año, la Cruz Roja Ecuatoriana (CRE⁶) prepara nuevos aspirante para formar parte del cuerpo de voluntariado. Es primordial Para la CRE-JPG utilizar las redes sociales, para comunicar este tipo de convocatorias. “En el uso instrumental de las redes particulares, Facebook y Twitter es para informarse lo que se refleja en la cantidad de los seguidores de los perfiles en cada de las redes”. (Smolak & Garcia, 2011, 91)

La institución realiza actividades donde involucran un gran número de personas como, maratones, campañas de donacion, campañas de ayuda y recolección entre otras, estas noticias se publican a traves de las redes sociales de la institucion y en su página web www.cruzroja.org.ec, una parte de la información publicada va destinada a captar mayor cantidad de voluntarios por la cual es importante recalcar, que la institucion necesite un medio de comunicación como una estrategia comunicativa¹.

Para el mejor manejo de los recursos de comunicación en la CRE-JPG, es necesario referir a la Cruz Roja Americana (American Red Cross) la cual para la investigación es un ejemplo del manejo de recursos de comunicación implementando una radio online. Según Martínez (2012) “Cuando la radio utiliza la red como soporte de distribución multiplica

⁵ Cruz Roja Ecuatoriana Junta Provincial del Guayas

⁶ Cruz Roja Ecuatoriana

⁷ “habilidad técnica y espíritu creativo en el planteamiento y desarrollo de una acción de comunicación, de acuerdo con los medios a utilizar y en la más perfecta coordinación” (De la Mota Oreja, 1998, p.152).

sus posibilidades de emisión en directo, y diferido, a audiencias totales y bajo demanda” (p. 170). Su página web www.amcross.org además cuenta con noticias actualizadas de todos los proyectos en los diferentes países, mensajes informativos, noticias. En el manejo de una estrategia de comunicación para la institución se deben adoptar ciertos parámetros para que produzca un cambio. El objetivo está en que las nuevas tecnologías de comunicación ayuden a que la CRE tenga mucha más notoriedad. Según Vélez (2010) “La comunicación efectiva³⁴ es el arte de producir una experiencia interna en otro y de generar en esa persona una respuesta acorde con nuestro objetivo personal (el objetivo de nuestra comunicación)” (p. 70). Esto consistirá, en la implementación de un medio de comunicación como estrategia en consideración que la radio online es la mejor opción.

Como referencia Levý (2017) nos indica lo siguiente:

Los nuevos usuarios, habitantes de la nueva cultura digital, están cambiando la forma tradicional de abordarla. Hasta hace poco, sólo los artistas, escritores, académicos,... participaban en la creación de referentes culturales, en el contenido y en las formas de manifestar saberes individuales y grupales; hoy no, cada vez más los elementos de la cultura y los conocimientos sobre ellos son proporcionados por una ciudadanía participativa ajena a las mencionadas élites de decisión (p.296).

Explicado anteriormente como una herramienta de comunicación para instituciones no gubernamentales por accesibilidad de costos en material técnico y de producción. Siendo consecuentes se formula la pregunta como punto de partida: ¿constituye la radio online un soporte ideal como estrategia comunicativa con el fin de incrementar el flujo de información de las actividades que realiza la Cruz Roja Ecuatoriana Junta Provincial de Guayas?.

METODOLOGÍA

La investigación se sustenta en un enfoque pluriparadigmático donde se emplean métodos de los paradigmas cuantitativo y cualitativo respectivamente los cuales permitieron lograr los resultados mostrados y la conclusión del tema.

Para poner en marcha el proyecto, se requiere un filtro de comunicación que permita aportar con ideas y recomendaciones para que no se perjudicara el nombre de la institución. Los voluntarios trabajaron en conjunto como parte fundamental del proyecto con el departamento de comunicación con su director Msc. Rubén Guzmán para la supervisión de los contenidos emitidos en la radio online. Se estima que este proyecto

llegue a las dos principales ciudades restantes de Ecuador, en donde se establecerá por medio de un encargado de cada Junta Provincial la transmisión de la radio online en la página web www.cruzroja.org.ec, se explicó, a los interesados, que la Cruz Roja Ecuatoriana, a nivel nacional, no cuenta con un medio de comunicación de estas características y que el proyecto comenzará solo en Guayaquil.

En Primer lugar se explica por qué se considera para la investigación la recolección de datos, del método cuantitativo se utilizó la encuesta en total acuerdo con lo planteado por Alelú & otros. (2009) exponen que: “las encuestas se les realizan a grupos de personas con características similares de las cuales se desea obtener información” (p. 7). Estas preguntas proporcionaron, según plantea Alvira (2011), “un método de captura de información” (p. 17). Para constatar que por medio de internet, se sintoniza alguna emisora radial; Recalcar también que las emisoras seleccionadas fueron a interés de la investigación; con esto se pudo conocer cuáles son las que mayor aceptación tienen; Con un medio de comunicación vía internet independiente, ¿cuál será el mejor tipo de programación?

Se plantearon las preguntas de acuerdo a las indicaciones y especificaciones del docente tutor de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Guayaquil, las cuales fueron corregidas, analizadas y discutidas de la mano con el investigador. El trabajo y cooperación hicieron posible la finalización del cuestionario, De acuerdo con Alelú, M & otros (2009) “Definido el cuestionario, es necesario realizar una ‘prueba’ de éste con el objetivo de conocer su adecuación a los objetivos de la investigación” (p. 17). Las preguntas fueron releídas y contestadas por el grupo coordinadores del departamento de voluntariado de la Cruz Roja Guayas. Las preguntas no fueron manipuladas para llegar solo a una conclusión. Cada pregunta de la encuesta fue adaptada a las exigencias de la investigación para asegurar el éxito de la misma (Anexo 1).

Se creó en base a un esquema de preguntas abiertas y cerradas simples con varias opciones a escoger, la persona que resolviera el cuestionario, podía variar su selección dependiendo de su gusto y afinidad justificando la respuesta. En cuanto a la población, se escogió a los voluntarios de la Cruz Roja Ecuatoriana Junta Provincial del Guayas (CRE-JPG), en la institución existen aproximadamente 1.500 voluntarios en Guayas, donde 600 pertenecen a Guayaquil y 170 en el rango de edad deseado y en servicio activo los que consideramos como la población, de los cuales se seleccionó a 50 voluntarios al azar que equivale al

30% como muestra. Para fines de credibilidad, los resultados propuestos en la investigación, se basó con el supuesto de que las personas en el rango de edad de 18 a 25 años tienen interacción con otras personas a través de una red social por medio de un dispositivo móvil u ordenador con acceso a internet, no obstante del rango socioeconómico. Queda también en claro que el grupo de personas seleccionadas, no serán representadas como totalidad de los habitantes en la ciudad de Guayaquil, tampoco como la totalidad de los voluntarios en la CRE-JPG puesto que solo es un aproximado para fines de la investigación.

Para el desarrollo del cuestionario se requirió el permiso verbal del actual presidente Felipe Bazán para poder llevar a cabo la encuesta. El trabajo del investigador fue reunir a los voluntarios en la sala de juntas de la institución para el desarrollo del cuestionario. Se procedió a explicar las preguntas donde, también se mencionó que los datos proporcionados eran solo para fines investigativos y de gran ayuda para el investigador.

Del método cualitativo se utilizó la entrevista. De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista. (1998) en cuanto refiriéndose al concepto de la entrevista exponen: “es la comunicación establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto” (p. 19). Este método se utilizó con el fin de ampliar nuestros conocimientos acerca de la radio por internet en Ecuador. La entrevista se la realizó al DJ Arturo Alvarado, director general de la radio online MasterMusic en TC televisión. Arturo es un profesional con muchos años de experiencia en radio y radio online donde abordó temas desde su punto de vista en el ámbito profesional útiles para la investigación. Según Vargas (2012) “la técnica de entrevista nos permite compilar más minuciosamente información sobre algún tema en interés, según el punto de vista de la persona” (p. 27).

La entrevista se realizó con el supuesto que la radio online en Ecuador es una nueva Tecnología de la Información y con las preguntas: ¿Se puede considerar como una estrategia comunicativa la implementación de una radio online en una institución? ¿Que alcance comunicativo nos puede proporcionar la implementación de una radio online?. En la entrevista se abordaron muchos temas sobre la radio en Ecuador y radio online en Ecuador, el uso de las nuevas tecnologías como estrategias de comunicación y los nuevos equipos de producción de radio para este tipo de proyectos. Se dialogó sobre el proyecto,

y buscar ayudar como institución a la comunidad, esto implica como estrategia comunicativa, direccionar los contenidos a informativos y culturales.

En la interactividad por internet con el usuario explica Cebrián (2009) que es un nuevo método de culturización

Están cambiando la forma tradicional de abordarla. Hasta hace poco, sólo los artistas, escritores, académicos,... participaban en la creación de referentes culturales, en el contenido y en las formas de manifestar saberes individuales y grupales; hoy no, cada vez más los elementos de la cultura y los conocimientos sobre ellos son proporcionados por una ciudadanía participativa ajena a las mencionadas élites de decisión (p. 15).

La necesidad que tiene la institución es que más personas sepan de la labor que realiza la Cruz Roja Ecuatoriana, de equipos económicos para la producción online que emplearían en la cabina. En Ecuador actualmente la demanda de la radio online, es baja. Según nuestro entrevistado, es un campo poco explotado: “la radio por internet, está generando algo, pero no mucho en cuanto a lo económico, su contenido varía mucho pero sigue siendo un medio que deja mucho que desear, ahora podemos hacer radio desde nuestra sala, solo nos creamos una cuenta en una página web que tenga este servicio de streaming y tenemos nuestra radio libre y sin restricciones, esto hace que sea novedoso”.

RESULTADOS

Partiendo de las respuestas de los entrevistado, la tarea principal fue conseguir el espacio en la institución y los equipos para que funcione una radio online. Luego se logró financiar la compra de los equipos de producción (consolas de audio, micrófonos, computadora de escritorio, entre otros) y la adquisición de una IP pública⁸, todo esto se facilitó a través de la presidencia de la institución, ofreciendo una cantidad de dinero del departamento de voluntariado para fines del proyecto, cifra que por cuestiones de la misma institución no pueden ser escritas.

Los resultados permitieron obtener claves para el desarrollo del contenido radial en primer lugar nos permitió conocer que en promedio los jóvenes dedican 3 horas al internet al día. Con este resultado, el tiempo de la radio online en el primer trimestre al aire se enfocara en mantener 2 horas de transmisión de Lunes a Viernes, conforme evolucione y avance el proyecto, los contenidos se aumentaran y el tiempo de transmisión con ellos.

⁸ Una dirección IP pública es un número que identifica de manera lógica y jerárquica a una interfaz de un dispositivo (habitualmente un ordenador) dentro de una red, en este caso el número identifica tu punto de enlace con internet.

En cuanto a los contenidos radiales, se propusieron a partir de resultados creando varios programas con diferentes tipos de contenido.

Para la creación y producción de programas se contó con la ayuda del equipo de voluntariado, que mediante muchas ideas se llegó a conclusión de la parrilla de programación y como nombre referiremos a la radio online como Radio Cruz Roja Ecuatoriana (RCRE).

1. Convocatoria del voluntariado con capacitación técnica y operativa.

Esta convocatoria se realizará a los voluntarios que tengan ganas de formar parte del proyecto y tiene como objetivo que los mismos voluntarios sean parte del medio de comunicación y a su vez validar su número de horas dentro de la institución como parte de las actividades de servicio a la comunidad.

La capacitación técnica y operativa será otorgada en el principio del proyecto previo a las emisiones en RCRE⁹ con el propósito de que los involucrados en el proyecto tengan conocimiento de cómo dirigir un programa radial, cómo formar su programación y cómo organizar el contenido del mismo y en el ámbito técnico el conocimiento del manejo de los equipos de producción radial y administrar contenidos en la página web.

Nos concentraremos en la sostenibilidad. Como requisito, los estudiantes de las carreras de comunicación social de las distintas Universidades estarán involucrados, los mismos necesitan un número de horas de prácticas comunitarias posterior a su obtención del título, se enfocara a que el proyecto sirva a favor de la comunidad y se valore como un proyecto integrador.

La realización de actividades comunicativas, dentro de la radio lo hace un medio donde los estudiantes se puedan integrar, aprendan y aporten a la radio con ideas. Es primordial estableces convenios con las universidades en carreras afines a la Comunicación Social.

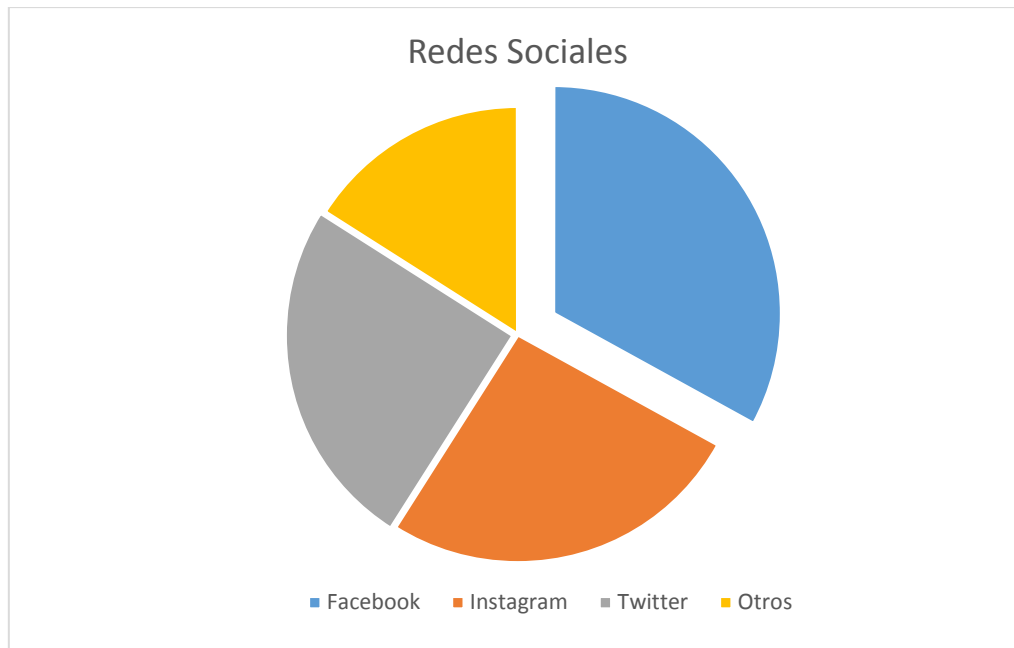
2. Redes Sociales

La página web nos proporcionará un estimado de la cantidad de oyentes en la radio. Utilizaremos como conductor las Redes Sociales, en estas Facebook obtuvo más cantidad de usuarios en nuestra encuesta seguida de Instagram y Twitter. Las redes sociales han generado un cambio en como la información llega a cada uno de nosotros, tienen más acogida entre los usuarios internautas. Al menos las personas que entrevistamos, cada una

⁹ Radio Cruz Roja Ecuatoriana

tenía una red social activa, 50 personas que desde sus teléfonos móviles se conectan con otras, y eso genera un sistema de comunicación muy efectivo para noticias. La estrategia es que a través de una página de fans en Facebook y la creación de una cuenta en Twitter e Instagram procuraremos activar campañas en las redes e incentivar para que conozca RCRE.

Tabla 1: Redes sociales más usadas (Creación del autor).



3. Horarios y tiempo de transmisión

El horario es un aspecto importante a tener en cuenta, se realizarán pruebas de transmisión periódicamente lo que generará que la audiencia de la radio, se acople horarios establecidos. En la primera transmisión en vivo no se espera llegar a tener 1000 visitas por hora, aunque es uno de los objetivos que plantea la CRE-JPG. La franja horaria de transmisión para comenzar será desde las 14h30 a 16h30.

Para tratar los temas elaborados en la parrilla de programación, el aumento de la misma se podrá notar con el tiempo que la acogida en las transmisiones, la parrilla será más extensa o más variada. La franja horaria se extenderá de 14h00 a 17h00 posterior a la creación de nueva programación. Los horarios pueden variar en dependencia de la programación que se establezca en un futuro.

Se dirigirán al público en general, como target más preciso los jóvenes quienes disfrutaran más de la radio por ser quienes manejen la radio y los contenidos musicales de la misma,

Radio Cruz Roja Ecuatoriana a establecido que con los resultados generados de la investigación, nuestras horas de transmisión en vivo estarán en constante cambio. Aun no se puede establecer un horario fijo, porque no contamos más que pocas personas locutoras para los programas, pero se puede ganar horas de transmisión haciendo un constante uso de los contenidos como reflejamos en la siguiente tabla.

Tabla 2: horarios de programación. (Creación del autor).

Días - horarios	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
... - 14h30	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical
14h30 – 16h30	Programa	Programa	Programa	Programa	Programa
16h30 - ...	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical

4. Programación

En la programación se tratarán temas de importancia para los voluntariados. Se comenzó a trabajar en un calendario con las actividades que se realizaran en el año, actividades que la Cruz Roja Ecuatoriana organiza. Las actividades que se presentaran por trimestre se transmitirán para hacer noticia de algún evento.

Se presentaran los detalles del mismo proyecto. En los programas se ha delimitado con horas de transmisión por día, cada programa obtendrá un lugar específico acorde con la programación ya establecida. El objetivo de la programación es realizar grupos creativos concentrados en la ejecución de cada programa, es decir un grupo por programa.

Según nuestros resultados, la mayoría de personas escuchan programas de entretenimiento, es así como podremos atraer la atención del público en el primer trimestre, queda claro también que la programación a transmitirse en la radio online refleja cómo se maneja la institución, y es de mucha importancia trabajar en los contenidos radiales.

Como programación se eligieron los nombres, los programas y los encargados. Como RCRE se transmite por internet, hay que adecuar los contenidos a este tipo de radio. Cada tipo de programa adopta un nombre. Para informativos como nombre NOSOTROS, para

musicales MUSICA CRE, para entretenimiento CRUZ ROJISTAS, para culturales CULTURAL CRE y como adicional se propuso crear un espacio de publicidad interna y en algunos casos externa (Anexo 2).

5. Programas propuestos para el 1er trimestre:

Nosotros (Noticiero de la Cruz Roja Ecuatoriana): noticiario en el cual se tratarán temas de la actualidad de la Cruz Roja Ecuatoriana en Guayas y a futuro de otras provincias, las acciones desarrolladas, los proyectos e iniciativas comunitarias, las activaciones, donaciones de sangre, eventos maratónicos, también información de las Juntas Cantonales de la Provincia de Guayas: qué están haciendo, qué van a hacer. Etc.

Cruz Rojistas (espacio integrador – experiencias de voluntarios): espacio donde los voluntarios(as) especialistas en alguna rama operativa y voluntarios comunitarios se integran para contar sus experiencias en la Cruz Roja Ecuatoriana. Se contará, en ocasiones, con invitados del medio que han vivido experiencias con CRE-JPG (servicios del BS, servicios de capacitación, otros). Intervendrán también especialistas de otras instituciones de voluntariado donde habrá un espacio para que los jóvenes puedan transmitir sus ideas y proyectos.

Música CRE (todo lo referente a la música): canciones con contenidos a líneas estratégicas donde se incluirá la música ecuatoriana. Cruz Roja Ecuatoriana Sera la única responsable por las Canciones emitidas en el proyecto.

Cultural CRE (espacio donde se trataran temas de interés social y cultural): se tratarán temas referentes a las líneas de acción de los Cruz Rojistas, con un carácter informativo. Se platicara de otras culturas donde ha llegado Cruz roja como institución la ayuda que han brindado entre otras cosas, además se explicará breves historias de ciertos pueblos.

Se invitaran a destacadas personalidades del medio comunicativo para tratar temas que interesen a la Cruz Roja a nivel mundial y otros específicos de CRE¹⁰.

Capsulas informativas (Interactividad con los oyentes de la radio): la creación de cuñas publicitarias que incluye el diseño y difusión de campañas que realiza Cruz Roja.

¹⁰ Cruz Roja Ecuatoriana.

Entre eventos que realiza hasta evento que solo participa. Se hablará de pequeños tips para los oyentes de cómo realizar algún trámite en la Cruz Roja.

La interactividad en redes sociales generara por medio de activaciones, hashtags y otros elementos btl a difundir los servicios que presta CRE-JPG a nivel nacional, permitiendo que la institución crezca y obtenga publicidad en el medio.

CONCLUSIONES

Como la investigación dio un resultado positivo, el proyecto se expandirá entre las otras ciudades donde exista una junta provincial de la Cruz Roja Ecuatoriana, serán parte del proyecto dando aporte con contenidos informativos referentes a su sede, esto alimentará las noticias permitiendo que quienes escuchen la radio en varias ciudades puedan informarse de las actividades a nivel nacional.

La interactividad a través de redes sociales para la comunicación entre usuarios es muy importante, para quienes trabajamos en el proyecto consideramos que por medio de Facebook y Twitter la radio se venda como un medio de entretenimiento para jóvenes y como difusor de información que como punto clave resalte las actividades de la institución.

Como la Cruz Roja Ecuatoriana cuenta con un este medio de comunicación libre de la ley de comunicación vigente en Ecuador, es posible que más instituciones deseen obtener un medio similar, pero nuestro objetivo es el promover mediante la implementación de las nuevas tecnologías de la comunicación la libre información. Al ser la CRE una ONG, no es importante la intención de aplicar la radio con un fin de lucro.

La CRE-JPG es una organización no gubernamental, trabaja para beneficio de las personas y la radio online se crea exclusivamente para ello; Esta brinda un servicio comunitario de información y entretenimiento, con visión a futuro de generar conciencia de la expansión de los medios de comunicación de libre acceso. El proyecto, tiene también el fin de proporcionar mediáticamente servicios de comunicación para otras instituciones promoviendo y expandiendo su plan de ayuda y servicio a la comunidad.

Luego de concluir la implementación, quienes conforman el departamento de voluntariado y el departamento de comunicación, se responsabilizará de los contenidos expuestos en la radio como también el uso que le den a la misma.

Para iniciar con las transmisiones, se tomó en cuenta los programas elaborados con los resultados de la investigación. Las interrogantes se resolvieron una por una, lo primero fue priorizar una base teórica y trabajar desde ello sobre los puntos expuestos hasta complementarlo con la práctica en la cabina.

Los resultados del proyecto se lograron con la guía de expertos en el medio técnico y operacional de radio, para obtener un producto que satisficiera a la institución y al público.

Como referencia la mayoría de personas escuchan radio en los transportes públicos, vehículos y hogares, la compra de una frecuencia se da en base a estudios de la cantidad de personas que escuchan un tipo de música o algún tipo de programación, luego ACORTEL¹¹ es la que se encarga de la regulación de frecuencias en Ecuador, proceso que requiere tiempo y dinero. Este no es el caso de la CRE-JPG, la institución se enfocara en la radio por internet, independiente de cualquier régimen gubernamental y de cualquier ley tomando como ejemplo las radios online antes mencionadas.

Podemos complementar que el estilo musical y la programación creada por el proyecto atraerán a jóvenes a interesarse por la radio. La mezcla musical será efectiva con las canciones del momento, siempre y cuando no fueran de carácter vulgar o afecte a la integridad de la institución, con el deber de llevar nuevos contenidos para el oyente.

Es muy importante para el proyecto el equipo de trabajo, en este punto, las actividades y tareas se vieron retrasadas en el proyecto por la falta de cumplimiento de algunas personas afines. Para ello la Cruz Roja como parte de su programa de voluntariado, dirige a que los nuevos escojan uno de los 4 grupos operativos, para ello se convocara a quienes se interesen en el proyecto para cumplir con las diferentes tareas de la radio.

Gracias al apoyo constante del departamento de voluntariado, cada nuevo aspirante deberá cumplir al menos 30 horas de servicio a la comunidad y como iniciativa se planea dar la opción de participar en la radio online como integrante. Esto permite que quienes se interesaran, ejercieran un puesto en el proyecto.

Otro de los conflictos era la sostenibilidad del proyecto, por la falta de personal y quienes sean afines a alguna carrera en Comunicación Social. El proyecto desde sus inicios generó mucha expectativa, los voluntarios son los interesados de obtener este beneficio, al notar

¹¹ Agencia de regulación y control de las telecomunicaciones

que la mayoría de voluntarios no se involucraban se identificó que el proyecto puede llegar a detenerse por completo. “En una radio por frecuencia, la publicidad es la que solventa con los gastos de equipo técnico y humano”. Al no generar ingresos, la radio online como proyecto genera la estrategia de incluir a estudiantes de universidades para que fueran parte del proyecto. Como meta, cada trimestre más estudiantes aportaran con ideas y contenidos nuevos.

Luego de solucionar la parte de preproducción del proyecto nos concentramos en la parte productiva de la radio. La CRE-JPG, no contaba con implementos necesarios para la producción radial, como ordenador, consola de audio o mixer, micrófonos y estudio radial, el proyecto se culminó con la ayuda de la presidencia de la Cruz Roja por Junta Provincial del Guayas. Se otorgó los recursos para la compra de los equipos.

Se economizó al máximo en los gastos. En la adquisición de consolas, equipos de locución (micrófonos y audífonos) y ordenadores con capacidad para streaming, se recomienda adquirir equipos bajo la recomendación de un experto en el tema radial, por lo que hay muchas marcas que no ofrecerán el resultado esperado.

Una vez dado los permisos correspondientes se buscaron espacios que pudieran usarse para establecer allí nuestra radio, se pensó en construir una habitación especial, pero para la situación de la falta de oficinas en el edificio de la CRE-JPG, se adecuó un cuarto donde antes era un baño donde se implementó la cabina de producción. Se pudo constatar que reciclando algunos materiales se construyó lo que ahora es una cabina de radio, muy original en su diseño y decoración en muchos sentidos, el ingenio de algunos voluntarios hizo posible concluir la cabina radial.

Las redes sociales en la actualidad permiten comunicarnos entre sí, con una facilidad muy grande, en ellas podemos ver anuncios de publicidad, y el uso de esto nos permite considerar el uso de aquellas en nuestro proyecto. En el manejo de redes sociales, se utilizaron Twitter y Facebook. Para atraer al público, el buen manejo de estas, atrae a un número considerable de personas. Usando los servicios de publicidad de Facebook, mediante la creación de una página de fans, previo a la publicación de la misma, el usuario podrá seguir la radio y la escucharla. Se considera que estas dos redes sociales cuentan con el mayor número de usuarios en la actualidad, estas redes sociales pueden amplificar y expandir mucho más el proyecto y considerando que la mitad del éxito dependerá del buen uso de las mismas. Esta es una estrategia es muy efectiva por la aplicación en canales de televisión, revistas o radio.

En la creación de la parrilla de contenidos de la radio online, se recomienda usar un esquema ya establecido por otros medios de comunicación, porque la radio sin una estrategia, parrilla, escaleta y presentadores no puede funcionar. El fin de esto, es proporcionar al oyente contenido con el cual se identifique y se sienta a gusto, pero a la vez, innovar con programas que mantengan en sintonía. La parrilla de contenidos puede mejorar en muchos aspectos, esta se planteó con la finalidad de probar la calidad del producto y constatar que la programación sea la más apta con la mejor calidad.

Se concluyó que la implementación de un medio de comunicación de masas para instituciones sin fines de lucro es posible, al usar como estrategia comunicativa la radio online no se mencionó el tema de la disponibilidad en frecuencias, ni los altos costos que este necesita para funcionar, en una ONG el fin siempre es servir a las personas, llevar algo sin esperar nada a cambio, Este medio alcanza y garantiza que se interesaran más por las actividades de la institución, que se difundan dependerá del éxito y la utilización de redes para atraer a la comunidad internauta, La Cruz Roja Ecuatoriana abra adoptado una nueva tecnología y la aplicara en las emisiones, este proyecto espera alcanzar muchos resultados positivos.

BIBLIOGRAFÍA

Alelú, m., Cantín, s., López, n., & Rodríguez, m. (2009). Métodos de investigación “estudio de encuestas”.

Alma, L. (2008). “Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional” Editorial Limusa

Alvira, F. (2011). “La encuesta: una perspectiva general metodológica”. Madrid: centro de investigaciones sociológicas. <https://davidam9.wordpress.com/2011/02/10/la-encuesta-una-perspectiva-general-metodologica/>

Balsebre, A. Ricarte, J. Perona, J. Roca, D. Barbeito, M. Fajula A. (2006). “Los mitos de la publicidad radiofónica. Estrategias de la comunicación publicitaria en la radio Española”. Editorial Catedra.

Cebrián Herreros, M. (2011) “expansión de la ciberradio”. Recuperado de <http://produccioncientificaluz.org/index.php/enlace/article/view/13474>

Cebrián Herreros, M. (2008) “La Radio Por internet” La Crujía Ediciones.

Cebrián Herreros, M. (2001) “la radio en la convergencia multimedia” Gedisa
Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulolibro.asp?idarticulo=3&rev=80.htm>

Lévy, P. (2007) “Cibercultura. La cultura en la sociedad digital” Barcelona: Anthropos

Emilia Smolak-Lozano & Damián García Ponce (2011) “web 2.0 como estrategia comunicativa en los eventos protocolares y de relaciones públicas. Boda real británica”, Universidad de Málaga. España.

Fernández Cuesta, Antonio (2013). “Onda corta vs. Radio online”. Radio exterior De España en la era digital. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/66676/114-250-1-PB.pdf?sequence=1>

García Gago, Santiago (2010). “Manual para radialitas analfatécnicos”. Ecuador: UNESCO.

Hernán Antonio Yaguana Romero. (2011) “El sistema radiofónico online en el Ecuador” ,Santiago de Compostela recuperado de <http://dspace.usc.es/handle/10347/6180>

Hernández, Fernández & baptista (2010) “metodología de la investigación, 4ta edición”

Ignacio H. De la Mota Oreja (2010) “Diccionario de comunicación audiovisual”.

López Mónica & Teresa Piñeiro (2005) “la radio por internet: la radio sin frontera”

María del Pilar Martínez Costa; Elsa Moreno; Avelino Amoedo; (2012) “La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional”

Socorro, F. (2005) “Comunicación Oral Fundamentos y Práctica estratégica Segunda Edición” Editorial Pearson Educación

Teresa Piñeiro & Fernando Ramos. (2013) “El complejo salto de la radio convencional a la web radio. Usos y percepciones de los universitarios”. Universidad de la Coruña (UDC). España.

Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3945773>

Vélez Roxana (2010) proceso de difusión de información. “La experiencia del proyecto regional cuencas andinas”.

ANEXOS:

Anexo 1

Explicación: Como ejercicio de titulación de la carrera de Comunicación Social con mención en producción audiovisual y multimedios, se escribe un artículo académico con la temática de la radio online como instrumento de estrategia comunicativa. Su participación, como parte de este proceso de investigación, es fundamental. La encuesta tiene carácter anónimo y sus resultados no serán publicados. Se utilizarán, únicamente, como parte de la validación de nuestros resultados.

Edad: _____

1. ¿CUANTAS HORAS DEDICA A NAVEGAR EN INTERNET?
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ Me es difícil calcular _____
2. ¿CUANTAS HORAS ESCUCHA RADIO?
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ Me es difícil calcular _____
3. ¿QUE RED SOCIAL UTILIZA A MENUDO?
Facebook _____ instagram _____ twitter _____ otros _____ (especifique)
4. ¿DONDE SUELE ESCUCHAR RADIO?
Casa _____ auto _____ transporte publico _____ otros _____ (especifique)
5. ¿QUE TIPOS DE PROGRAMA SUELE ESCUCHAR EN LA RADIO?
Musical _____ Entretenimiento _____ informativo _____ Deportivo _____ De todo un poco _____
6. ¿QUÉ EMISORAS DE RADIO SUELE SINTONIZAR?
ONDA CERO _____ RADIO DISNEY _____ ALFA RADIO _____
RADIO SUCRE _____ SUPER K800 _____ DIBLU _____
PUNTO ROJO _____ RADIO CENTRO _____ LA PRENSA _____ OTROS: _____
(especifique)
7. ¿HA SINTONIZADO ALGUNA DE LAS EMISORAS DE RADIO ACTUALES VÍA INTERNET?
NO _____ SI _____
8. ¿USTED CONOCE ALGUNA EMISORA DE RADIO POR INTERNET INDEPENDIENTE EN ECUADOR?
NO _____ SI _____
CUAL: _____
9. ¿CONOCE USTED ACERCA DE LA EXISTENCIA DE UN MOVIMIENTO DE VOLUNTARIOS PARA LA CRUZ ROJA ECUATORIANA?
Sí _____ No _____
10. ¿CONSIDERA USTED QUE LA RADIO ONLINE PUEDE SER UN MEDIO EFECTIVO PARA EL LANZAMIENTO DE ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS? Sí _____ No _____ Depende del modo en que se utilice _____ Desconozco del tema _____

Anexo 2

La escaleta ya finalizada tendrá los horarios, la programación y los días a realizarse cada una de las actividades explicadas

Programación RADIO CRUZ ROJA ECUATORIANA

N .-	Programa	Contenidos	Día y horario	Locutor/a	Supervisión	Presentación de contenidos	Revisan	Aprueba	Observación
1	Nosotros	Noticiero en la cual se tratarán temas de la actualidad de la CRE en Guayas, acciones desarrolladas, proyectos e iniciativas comunitarias. Información de las Juntas Cantonales: que están haciendo, que van a hacer.	Lunes a viernes 16h30 a 17h00 Acorde a etapa propuesta	2 voluntarios/as	1 pasante de Universidad carrera Comunicación	Viernes se presentaran las propuestas las cuales serán transmitidas en la semana	Rubén Guzmán	Felipe Bazán	La información se recopilará convalidando los datos del Departamento de Comunicación y RRPP
2	Cruz Rojistas	Espacio donde los voluntarios seleccionados se integran para contar sus experiencias en la CRE. Se contarán en ocasiones con invitados especiales, de quienes han vivido experiencias con CRE JPG (servicios del BS, servicios de capacitación, otros) Habrá un espacio donde <i>los y las jóvenes</i> podrán transmitir sus ideas y crear programas.	Lunes, miércoles, viernes 17h30 a 18h00 Acorde a etapa propuesta	1 voluntario para día lunes 1 invitado cliente de servicios para los días miércoles 2 voluntarios/as para día viernes	1 pasante de Universidad carrera Comunicación	Viernes de la semana anterior Con confirmación de invitado 2 días antes con 1 semana antes de presentación	Rubén Guzmán	Felipe Bazán	La información se recopilara en las fechas señaladas.

3	Musical	Canciones de tipo inspiradoras Inclusión de música ecuatoriana.	Lunes a viernes 16h00 a 16h30/17h00 a 17h30 Acorde a etapa propuesta		1 pasante de Universidad carrera Comunicación	Seleccionadas con 1 semana de anticipación para poder ser transmitida	Rubén Guzmán	Felipe Bazán	La información se recopilara en las fechas señaladas con apoyo de los PO y sus contenidos de acción
4	Cultural	Se trataran temas referentes a las líneas de acción de los PO, con un carácter informativo. Se difundirán Servicios que presta CRE JPG. Se invitaran a personalidades destacadas en temas específicos de CRE JPG.	Martes y Jueves 17h30 a 18h00 Acorde a etapa propuesta	1 voluntario de cada PO seleccionado por día Invitado responsable de servicio institucional día martes 1 invitado especial para día jueves.	1 pasante de Universidad carrera Comunicación	Tema y persona seleccionada hasta el viernes de semana previa. Con confirmación de invitado 2 días antes	Rubén Guzmán	Felipe Bazán	La información se recopilara en las fechas señaladas.
	Publicidad	Creación de cuñas publicitarias - Creación y difusión de campañas que realiza cruz roja. - Capsulas informativas, donde se hablaran de pequeños tips para los oyentes de la radio. Interactividad en redes sociales - redes sociales para incentivar a escuchar RADIO CRE.	Lunes a viernes 16h00 a 16h30/17h00 a 17h30 Acorde a etapa propuesta		1 pasante de Universidad carrera Comunicación	Con una semana de antelación	Rubén Guzmán	Felipe Bazán	La información se recopilara en las fechas señaladas. Contar con premios para fomentar interactividad.

