

APUNTES DE
COMUNICACIÓN
CULTURA Y
PAZ

**MÓDULO DE CONTENIDOS CULTURALES
CONSTRUYENDO PAZ
DESDE LA CULTURA**

Jorge Caicedo



MINCULTURA



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



Jorge Caicedo

Comunicador Social, Especialista en Desarrollo Comunitario (Universidad del Valle, Cali-Colombia). Especialista en el diseño de estrategias para la movilización social con estudios de Maestría en Literatura Colombiana y Latinoamericana. Investigador y productor audiovisual y radial.

Escritor de relatos urbanos. Tallerista con énfasis en comunicación para el cambio social. Actualmente es Director del programa de Comunicación social de la Universidad del Valle.



APUNTES DE COMUNICACIÓN CULTURA Y PAZ



MÓDULO DE CONTENIDOS
CULTURALES

**CONSTRUYENDO PAZ
DESDE LA CULTURA**



PRESENTACIÓN

La Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura ha liderado y participado en procesos significativos para la consolidación del campo de la comunicación y la cultura de nuestro país, constituyéndose en referente en la construcción de políticas, proyectos y procesos de comunicación cultural contemporánea.

A lo largo de estos años la Dirección de Comunicaciones ha realizado acciones tendientes a fomentar la creación de contenidos culturales en los medios de comunicación, haciendo especial énfasis en los comunitarios y públicos, con el fin de que estos contenidos evidencien relatos incluyentes sobre la realidad de nuestro país, la riqueza cultural y las apuestas para la construcción de la paz.

De la misma manera, la Dirección de Comunicaciones, realiza un gran esfuerzo en el desarrollo de procesos de formación que buscan proporcionar elementos a los productores de contenidos culturales, para que sus piezas comunicativas sean de mejor calidad y contribuyan a la construcción de una cultura de paz.

En este sentido, durante el año 2015, realiza una alianza con la Fundación Universidad del Valle y la Emisora Univalle Estéreo 105.3 FM. Con el fin de desarrollar el diplomado “Señales de Paz”, Comunicación, Radio y Cultura, que se propone, precisamente, contribuir a fortalecer los procesos de creación de contenidos radiales que le aporten a la construcción de una cultura de paz.

Estos módulos hacen parte del recorrido desde los diversos enfoques o maneras de asumir la cultura, donde el profesor Jorge Enrique Caicedo, en su texto **“Construyendo paz desde la cultura”**, nos brinda un sustento conceptual para “ver y entender la cultura” con otros ojos y otros oídos, como insumos importantes para hacer radio con sentido para nuestras audiencias.

El segundo módulo, **“Claves para la producción de contenidos para la paz”**, el maestro de la radio comunitaria en América Latina, José Ignacio López Vigil, nos muestra caminos y claves para hacer una radio sensible, formadora y portadora de lenguajes y relacionamientos diferentes con los y las oyentes.

Y en el tercer módulo, **“Innovación y creatividad: formatos nuevos y nuevas narrativas”** el profesor José Luis Valderrama, nos reta a enfrentar otras maneras de narrar la realidad, acudiendo a la imaginación, la creatividad, a la precisión y brevedad. En este caso, la construcción de una cultura de paz desde la radio se hace a través de pequeños formatos, gigantescos en creatividad e innovación.

Con la realización de estos materiales pedagógicos y procesos de formación, esperamos motivar a los productores a continuar en la creación de contenidos mediáticos que le aporten a la construcción de un país desde diferentes miradas que evidencien la existencia de alternativas más allá de la violencia, escenario en el cual los medios de comunicación y sus contenidos pueden y deben propiciar espacios que ofrezcan una manera diferente de relacionarnos y de reconocernos, y que promuevan visiones de esperanza, de reconocimiento y de respeto a la diferencia.

Así será posible asumir el compromiso de los medios comunitarios y públicos en la construcción de una nación incluyente, en la que se recoja y se visibilice las experiencias de vida y aportes de los pueblos indígenas, de los afrodescendientes y, por supuesto, de los campesinos del país.

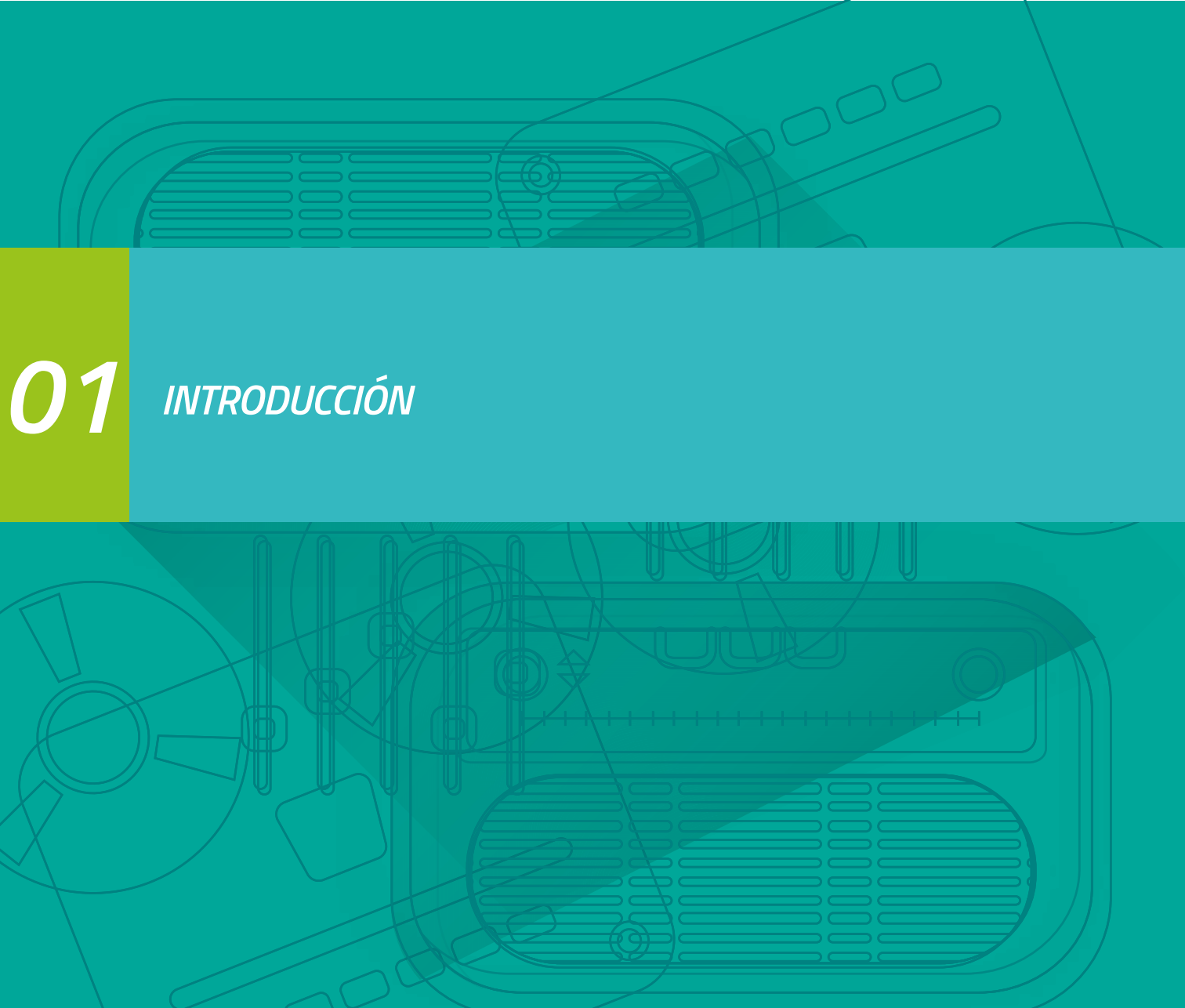
Para el Ministerio de Cultura es grato poner a la disposición de los radialistas estas herramientas para la producción de contenidos propios para que en las ondas de las diferentes emisoras suenen vientos de esperanza y reconocimiento de la diversidad cultural de este país.

Bienvenidos a este reto,

ARGEMIRO CORTES BUITRAGO
Director Comunicaciones
Ministerio de Cultura



1. Introducción
2. Los fundamentos iniciales
A qué le llamamos cultura, paz, radio y radio para una cultura de paz
3. Una mirada a la radio qué hacemos
Una necesaria revisión de nuestros contenidos en perspectiva de paz
4. Tejiendo la telaraña que nos permita pensar la paz desde la cultura
Mecanismos para conocer e involucrar a los otros y a las otras
5. Modos de pensarse una producción radial que aporte a escenarios de convivencia.
De cómo pensar nuestros programas a partir de un PIENSO
6. Modos de hacer la radio
Uno de los tantos “paso a paso” en la producción de los materiales sonoros
7. Del discurso radiofónico a la expresión sonora
Explorando las posibilidades sonoras de la radio
8. Del papel a las ondas
Algunos formatos cortos para hacer radio con perspectiva de paz
(paisajes sonoro, vox pop, crónica galeana)
9. Epílogo
10. Recursos sonoros, audiovisuales y literarios



01

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

Paradójicamente, la radio, al igual que otros sistemas de comunicación e información, nació como un encanto tecnológico, pero fue rápidamente involucrada con la guerra. En el caso de la radio, fue el instrumento clave para conectar tierra y mar en distintos episodios bélicos que para la época de su alumbramiento sufrió la humanidad. Sin embargo, la historia y los hombres y mujeres que pueblan este mundo, se han impuesto a las malas intenciones y aunque aún abundan y en distinta medida, son muchas las experiencias y los contextos comunitarios que han hecho de la radio una importante herramienta para construir la paz.



En este sentido son bastante sonados los casos en los que a través de la radio y sus discursos, las gentes han logrado conectar espíritus, despertar a otros y lograr que en un caminar juntos, generar transformaciones para mejorar la calidad de vida todos y todas. En este sentido, recordemos las experiencias de comunicación educativa de Radio Santa María en República Dominicana o de Radio Sutatenza en Colombia, procesos en los que comunidades negadas históricamente a los sistemas tradicionales de educación, pudieron tener acceso a las posibilidades que brinda el conocimiento. Pensemos también en los procesos de movilización social a través de la radio desarrollados en Bolivia a mediados de los años 40 del siglo pasado, cuando los obreros de la minería invirtieron incluso parte de sus pocas ganancias en la creación de una radio que les permitiera conectarse a través de su propia lengua, la lengua que el sistema social hegemónico intentaba enmudecer, y lograron generar una perspectiva vital diferente, más amplia, liberadora, inclusiva. Historias como estas abundan en Colombia y en el mundo. Las radios libres en España que desde mediados de los años 60 han surgido a partir de un sistema especial de asociación vecinal para la creación de espacios que permitan poner al aire esas cosas que por otros lados jamás verán la luz; para no ir muy lejos, el sistema de radios y medios de comunicación alternativa en los Montes de María, en Colombia, en el que se ha hecho un





interesante proceso de resistencia y de construcción de memoria histórica en un territorio bastante golpeado por el conflicto.

Por todo esto y por mucho más que no alcanzaríamos a registrar en centenares de páginas que podemos escribir, tiene sentido seguir apostándole a la creación y al fortalecimiento de modos y medios radiofónicos que permitan transformaciones fundamentales y fundacionales en los distintos espacios y ámbitos de un país como el nuestro, ávido de conseguir la paz en todas sus manifestaciones posibles. Lo que vamos a iniciar entonces, es un camino en el que hombres y mujeres que descubrimos hace mucho tiempo que nos apasionaba la radio y que creemos en su potencia transformadora, vamos a intercambiar saberes, experiencias y sueños, con miras a fortalecer el rol educativo y movilizador de nuestras producciones.



No es necesariamente un espacio para aprender a hacer radio, muchos y muchas ya la sabemos hacer; es un espacio para darnos la oportunidad a nosotros y a nuestras audiencias, de aportar un grano de arena a la construcción de la paz que hemos venido buscando por tantos años y que hoy, tenemos la oportunidad histórica de consolidar. Mientras en La Habana siguen y avanzan por buen camino los diálogos entre el Estado y algunos de los actores del conflicto, por acá nosotros estamos llamados a fortalecer la apertura y ampliación de nuevas mesas itinerantes en las que la gente se conecte, dialogue y descubra los caminos para esa paz que no tiene un solo color, ni un solo modo de ser y vivirse.



Este módulo inicial, pretende generar un espacio de reflexión en torno a los conceptos/clave de este particular ejercicio de comunicación radiofónica: cultura, paz, radio. Luego revisará algunas claves para el diseño y realización de una radio con esta perspectiva; así mismo le dará una mirada a los procesos de producción radial y de exploración del lenguaje radiofónico, para terminar con un ejercicio de producción en concreto, a partir de algunos de los formatos de corta duración que se presentan como propicios para iniciar una re-inmersión en el ámbito de la radio con perspectiva de cultura de paz.

caminos para esa paz que no tiene un solo color, ni un solo modo de ser y vivirse.



Bienvenidos y bienvenidas. De antemano ofrezco disculpas si siente por momentos que está caminando por senderos de la formación radiofónica que ya conoce; sin embargo, le invito a que haga todo el recorrido, pues siempre hay algo nuevo que nos puede nutrir y nos puede ayudar a que nuestra radio sea más poderosa y transformadora.

Instrucciones

Para caminar este módulo les recomendamos estar atentos a la forma como está diseñado y dispuesto para el ejercicio de aprendizaje. Cada sección está dividida en cuatro momentos que no necesariamente conservan el mismo orden:



De los fundamentos: en esta parte incluimos algunas consideraciones teóricas, procedimentales y experienciales que nos brindan una serie de insumos para comprender el alcance de cada momento en el proceso de producción radial con perspectiva cultural para la paz. La idea es leer con atención lo plasmado en esta fase, pues será clave para entender y avanzar en los siguientes tracks.

Delas sugerencias (Qué hay para hacer): en este apartado, se consignan algunas claves que pueden aportar al mejoramiento de nuestro hacer y que no comprometen actividades en al marco del taller. Son, como su nombre lo indica, recomendaciones para fortalecer nuestras prácticas y que van mucho más allá del espacio de formación.



De los haceres (Talleres): en este apartado, el módulo propondrá una serie de dinámicas y ejercicios prácticos que nos ayuden a fortalecer tanto el proceso de reflexión como las formas de desarrollar nuestra práctica radiofónica. Son actividades que deberán desarrollarse en el espacio de formación del taller



De las inquietudes (videoforos): Al finalizar cada capítulo, el módulo invitará a observar una producción audiovisual, a veces ficción y a veces documental, y hará una serie de interrogantes que deberán, antes que contestarse, generar en los y las radialistas, nuevos modos de abordar su rol como hacedores de radio y su relación con el entorno.

1. Los fundamentos iniciales
A qué le llamamos cultura, paz, radio y radio para una cultura de paz
- 1.1. Auto-conozcámonos



Iniciar un proceso de producción radial cultural con perspectiva de paz nos invita a revisar los conceptos fundacionales de esta relación, no solo en su carácter teórico sino también en el cómo, en la práctica en nuestros contextos, estos conceptos se encuentran con la teoría y se hacen acciones, palabras, procesos. Para esto, iniciemos con una revisión de nuestro hacer.



ACTIVIDAD 1

TALLER: CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DEL CONCEPTO CULTURA.

Metodología

Paso 1. De forma individual o en colectivo, analice, indague, discuta y diligencie la siguiente matriz:

- ¿Qué entendemos por cultura?
- ¿Qué elementos representan la cultura de mi región?
- ¿Cómo estoy haciendo sonar la cultura en mi producción radial?
- ¿Qué importancia tiene que la cultura de mi región SUENE?

Paso 2. Una vez desarrollada la matriz, el grupo de trabajo socializará en carteleras creativas, las visiones individuales y grupales que sobre los elementos propuestos en el ejercicio, se han hecho. En este punto se recomienda hacer uso de una ayuda tecnológica para facilitar la discusión posterior: wordle por ejemplo (nube de palabras).

Paso 3. El facilitador, aprovechando los indicadores de la nube de palabras, orientará el proceso de concertación frente a los conceptos de cultura y radio cultural.

Insumos

Instrumento en hojas de block, papel periódico en pliegos, marcadores de colores, cinta



1.2. Revisemos algunos conceptos

Una vez hemos mirado eso que entendemos por cultura y por radio cultural desde nuestra perspectiva, veamos y confrontemos algunas concepciones de cultura establecidas por pensadores y teóricos. No son la verdad revelada, pero dan luces para entender por qué hablamos, por ejemplo, de culturas y no de cultura.

- a) «...aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre.» Edward Taylor

La cultura se concibe como lo opuesto a lo natural y a lo divino; es todo lo creado por el ser humano, todo lo que no es naturaleza. Esta concepción resalta la importancia de revisar y exponer los hechos históricos, pero no solamente como una sucesión de hechos, sino a partir de la permanente conexión de los acontecimientos. En este sentido, únicamente las causas concretas y naturales determinan la acción humana, un acontecimiento siempre es hijo de otro acontecimiento. La cultura que se une a través de una larga cadena de hechos y de autores de esos hechos.

- b) “La totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva o individualmente en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo y de cada individuo hacia sí mismo, también incluye los productos de esas actividades y su función en la vida de los grupos”. Franz Boas

Esta mirada a la cultura va en contra de las concepciones evolucionistas pues se opone al determinismo y en especial a la determinación biológica; es decir, considera la capacidad que tiene el ser humano de transformar, de generar grandes cambios, de crear cosas distintas con los mismos elementos. Es decir, en un mismo ambiente los seres humanos pueden crear cosas distintas.

Boas, por sobre todo, pone en duda toda superioridad de unos seres sobre otros.

- c) "Cultura, entendida como la configuración de la conducta aprendida y de los resultados de la conducta, cuyos elementos comparten y transmiten los miembros de una sociedad".
Ralph Linton

Esta definición expone y defiende la posibilidad de que la cultura se aprende y por lo tanto se puede, a su vez, desaprender, modificar, enriquecer; pero también se nos puede imponer, la podemos perder si no la protegemos, la podemos olvidar si la dejamos de hacer. Linton, con su concepto, hace de la cultura un proceso inminentemente social.

1.3. La relación comunicación y cultura

Los comunicadores, todos, no solo los formados en escuelas, mucho tiempo atrás, estuvimos parados en dos aceras contrarias sin atrevernos a pisar el centro del asunto. Por un lado fuimos etiquetados bajo el rótulo de los técnicos o los personajes de los aparatos. Desde esta perspectiva, no entendíamos la función de la comunicación por fuera del ejercicio mediado tecnológicamente, hasta el punto que éramos vistos como una prótesis de las cámaras y micrófonos. Desde esta perspectiva, los mismos comunicadores caían por momentos en el embrujo de la forma, por encima del fondo y sobre todo, alejados de una reflexión frente a los por qué y los para qué de nuestra labor. En el otro extremo, estaban los que pensaban que había que centrarse en las teorías y analizar a fondo el quehacer de este campo del conocimiento. En ambos casos, unos por lo rápido y otros por lo profundo, centrábamos nuestra atención y nuestros esfuerzos en los productos de la labor, más que en las maneras de lograr esos productos. En ambos casos, estábamos aislados, desconectados del mundo, mirándolo y narrándolo desde afuera, estando adentro.





Jesús Martín Barbero y otros estudiosos de la comunicación llamaron la atención sobre la necesidad de pensarse los procesos de manera integral, las formas como la comunicación realiza mediaciones con la gente y no en los medios que transmiten información para la gente. Dicho de otro modo, nos invitó a pensar que antes que la comunicación permita explicar y darle sentido a los procesos sociales que se mueven en nuestros contextos, los procesos sociales de nuestros contextos le dan sentido a la comunicación que hacemos. Nuestras radios no determinan el acontecer ni las agendas informativas y comunicativas de la gente que nos oye, por el contrario, son esas acciones, costumbres y perspectivas de la gente, las que deben dar forma a nuestras radios. La radio se hace en las calles, en los espacios vitales, desde los discursos de la gente y no desde las formas pre-fabricadas o surgidas del imaginario aislado de un artista de la radio. Si no caminas la calle, no puedes contar esa calle.

LA MISIÓN: REPENSAR EL LUGAR DE LA COMUNICACIÓN PARA
CONECTARLO CON LA CULTURA, COMO DEBE SER.

Qué hay para hacer:

Re-significar la relación comunicación-cultura: Algunas claves para repensar esa relación:

1.

Revisar la forma de nombrar lo que hacemos

Pasar del concepto de comunicación, al concepto de cultura... es decir, pasar de mirar la comunicación como medios, formatos, lenguajes, estilos y estéticas... para mirarla desde lo antropológico: modos de comportamiento, sistemas narrativos, sus procesos de representación, de identidad y de construcción social de la realidad. Es preocuparse no tanto de cómo se dice, sino de qué se dice, para qué se dice, y también de que cosas no se dicen... para decirlas.

2.

Culturas, antes que la cultura

Lo otro es pensarse la pluralidad cultural, como una potencialidad y no como un problema que hay que evitar, negar o más grave aún, eliminar. Pasar de modelos de homogenización-negación del otro, a modelos de verdadera inclusión, en los que la diferencia quepa. Es decir, huirle al etnocentrismo en todas sus manifestaciones.

3.	Inclusión por encima de todo	Generar unos medios y modos de comunicación, en los que quepa toda la región y el país, con toda su diversidad y con toda su pluralidad cultural. Unos medios que no solo hablen de la cultura, sino que permitan que la cultura hable por ellos.
4.	Globalización en nuestros discursos	Y frente a los procesos transnacionales, como lo plantea Downing, unos medios que no se enfrasquen en luchar contra la globalización o en hacerle el juego a la misma... sino que le trabajen a una globalización dese abajo, unos medios que permitan mostrar todo eso que está allá...

OÍDO: Este primer paso ha terminado. Es importante a estas alturas que reafirmemos la convicción de que la **comunicación no es un accesorio de la cultura de una región; tiene que ser considerada como un hacedor de cultura y no simplemente un contador**, a veces malo, de esa cultura. Igualmente, no podemos concebir una radio por la que no pase la cultura de los contextos dónde ejerce su labor de comunicación. El llamado final es a pensar que así como no debemos hablar de una radio educativa y otra no, (todas deberían educar), así mismo pensar y nombrar una radio cultural debería ser de entrada, redundante.

VIDEO FORO 1

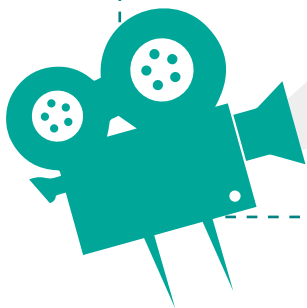
CINE FORO PARA MOVILIZAR-NOS



Veamos la película *Días de Radio* (1987) del director Woody Allen y confrontemos la relación radio-sociedad que la cinta plantea, con la forma como nuestras radios se involucran con nuestros contextos.

- ¿Qué lugar ocupa la radio en las dinámicas de la comunidad?
- ¿Mi radio hace parte de las prácticas y momentos claves de la idiosincrasia de mi contexto?
- ¿Mi radio suena a lo que suena mi región?
- ¿Las voces de mi radio se identifican con las vivencias de la gente, son importantes para la gente?

Desarrolle una audio-reflexión, un ensayo sonoro, una reseña radiofónica o cualquier producto sonoro a partir de su proceso de reflexión.





02

UNA MIRADA A LA RADIO QUE HACEMOS

*Una necesaria revisión de nuestros contenidos
en perspectiva de paz*



2. UNA MIRADA A LA RADIO QUE HACEMOS

Una necesaria revisión de nuestros contenidos en perspectiva de paz



2.1. Revisar qué tanto es que decimos

Jorge Huergo, en alguno de sus tantos ensayos sobre la radio y su función social, invitaba a los productores radiales a buscar, encontrar y consolidar la Propia Voz para sus radios. La invitación pretendía, entre otras cosas, generar esa huella particular de cada proyecto de comunicación sonora que la diferencie del inmenso universo de la radiofonía, no con el ánimo de la competencia en la que se enfrascan los medios tradicionales y comerciales, sino con el interés de poder ser reconocidos y aprehendidos por la comunidad/audiencia a la que están dirigiendo sus esfuerzos y discursos. Huergo, de entrada, apostaba por evitar la homogenización de los discursos y los estilos y la réplica indiscriminada de los modelos aparentemente exitosos.

Este llamado nos invita a generar un constante proceso de monitoreo de lo que hacemos y decimos en nuestros proyectos sonoros; a una búsqueda constante de esa textura en las formas y en los sentidos que producimos, que nos permita involucrarnos de manera importante y decisiva en la vida de nuestros públicos y en las dinámicas de nuestros espacios. La cultura se transforma vimos en el capítulo anterior, por lo tanto, nuestras radios también deben avanzar al ritmo de estas transformaciones.

Huergo Jorge, Morawicki Kevin y Ferrerira Lourdes; "Una Experiencia con aborígenes wichi, los medios, las identidades y el espacio de comunicación". En Revista Comunicar, número 26. 2006.

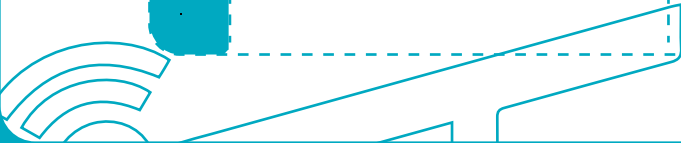
Qué hay para hacer:

¿Qué cosas podemos hacer para esa revisión permanente de nuestro discurso radial?

1.

Ante todo, entender que no somos un proyecto acabado, que cada vez podemos mejorar.

No es lo mismo tener 20 años llenos de distintas experiencias haciendo radio, que tener la misma experiencia repetida durante 20 años, año tras año. Esto pasa cuando hacemos la misma radio todo el tiempo: el mismo especial de amor y amistad, los mismos informes de semana santa, los mismos magazines, los mismos casilleros musicales, etc. Los públicos cambian, los modos de vida se transforman, las tradiciones y costumbres pueden defenderse y fortalecerse, pero la forma en que se cuentan debe adaptarse a los nuevos tiempos. Hacer radio no es una ciencia exacta, existen modos de hacerla, pero no son fórmulas que se aplican por igual en todo espacio y momento.



2.

No imaginarnos a nuestras audiencias, hacer todo el esfuerzo posible por conocerlas.

Hay que erradicar aquella frase de “eso es lo que le gusta a la gente”. Gente es un sustantivo complejo y colectivo, diverso, cambiante. Tengo que darme a la tarea constante de estar indagando por esa gente con la que quiero conversar y construir mi radio. Estar pendiente de sus formas de ver la vida y de las cosas que esperan de su radio. Saber dónde están, cómo se divierten, qué les preocupa, como se sueñan su radio, quiénes son, cómo les duele la ciudad si es que les duele y si no les duele, aportar elementos para que comiencen a pensar en ella. Por encima de todo, saber cómo hablan, para poder hablar con ellos.



3.

Revisar nuestros discursos
a partir de oídos internos
(monitoreo) y externos
(evaluación).

Generar espacios constantes de monitoreo para sentir si nuestra radio sigue caminando ese sendero que planteamos alguna vez en nuestro proyecto comunicativo inicial (si no existe este proyecto, hay que hacerlo y si ese proyecto está desfasado, re-escribirlo). Establecer parámetros en términos de impactos, de niveles de respuesta de la gente, entre otras cosas, que permitan medir en el tiempo nuestros grados de progreso o estancamiento. Por otro lado, darles vida a las Juntas de Programación o crearlas, para que más que un mero ente de control o un requisito en letra muerta, ayuden a construir esa voz adecuada para mi radio. Desarrollar grupos focales con nuestros oyentes que nos ayuden a comprender y transformar lo que requiera ajustes o a incluir esa cultura que aún no hace parte de mi producción sonora.

4.

Tomar distancia para escucharnos y analizar nuestros discursos.

Revisar las formas y los discursos que emitimos. Hasta dónde son coherentes, hasta dónde estamos dando cabida a las distintas comunidades que cohabitan nuestros espacios. De qué estamos hablando y de qué no. Cómo nos estamos relacionando con los otros: como los estamos nombrando (si es que los estamos nombrando). Hasta qué punto estamos siendo respetuosos con el uso del lenguaje: es muy fácil caer en sexismos, racismos y otros ismos negativos.

5.

Que la memoria haga constante presencia en lo que hacemos

En una nación tan propicia a olvidar y a repetir errores, se hace necesario que nuestra radio deje de ser solamente esa producción inmediatista, cortoplacista y superficial que reacciona al ritmo de los sucesos y olvida al ritmo de los intereses de unos pocos. Nuestra radio tiene que ser un permanente constructor de memoria histórica y abordar los acontecimientos como procesos y no como anécdotas. Debe ahondar en el pasado para rememorarlos, en las costumbres y tradiciones, no para imponerlas, sino para permitir puntos de comparación y de comprensión de nuestro presente.



6.

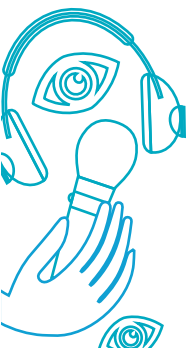
**Que nuestra radio
sueñe a nosotros.**

La radio no puede seguir intentando sonar a un conjunto de efectos electrónicos o a mundos galácticos de un futurismo prefabricado. La dinámica sonora bienvenida, los efectos se hicieron para usarlos, pero no podemos ni saturar con ellos ni negar las sonoridades propias por su culpa. Importante que nuestras noticias, nuestros reportes, nuestras promociones y nuestra programación en general permita que cada rincón de nuestros contextos suenen. Los paisajes sonoros, los paseos sonoros, las voces de la cotidianidad, las actividades que componen esa cultura nuestra, tienen que sonar.

2.2. Un método de análisis del discurso radial

La profesora María Cristina Mata desarrolló un trabajo muy hermoso y aún vigente para darle una revisión a lo que decimos y las implicaciones que nuestros discursos pueden tener en un momento dado . Ella habla de tres dimensiones que entran en juego cuando analizamos un producto, pero también cuando lo diseñamos. Creemos que un ejercicio a partir de este método nos pone en un terreno óptimo para saber qué tanto estamos diciendo y qué tanto estamos haciendo con lo que decimos. Veamos el método de Mata. Esta matriz puede aplicarse a la parrilla de programación, al listado de podcast, a transmisiones especiales o a piezas en particular.

Actividad 2			Taller: Análisis de un producto radial:		
Dimensión		Características		Hallazgos	
Dimensión Referencial: De eso de lo que se habla.		En esta mirada se observan y se detectan el tipo de gente de la que hablamos, los espacios que son nombrados, las acciones; el tipo de temas recurrentes en nuestros programas; el tipo de música que suena. Es la dimensión que nos dice cuáles son esos temas que están presentes en nuestro discurso radial, y por ende, qué cosas y qué temas excluimos de él.		▪ ¿Qué actores aparecen con más frecuencia y cuáles ni siquiera son nombrados? ▪ ¿Cuáles son los temas más recurrentes en nuestros discursos? ▪ ¿Coinciden estos temas con la realidad de la región?	



Dimensión Enunciativa:

De la forma como aparecen en el discurso los actores de la comunicación

Estudia la forma como se relaciona la radio con sus oyentes. Desde qué posición se habla y en qué posición se tiene al oyente. Nuestra radio informa, seduce, conduce, alecciona, conversa, construye o simplemente moldea, aliena, confunde o ignora a su audiencia. Le estamos hablando a hombre y mujeres, o los vemos como clientes, oyentes pasivos, masa amorfa.

- ¿Cuál es el nivel real de participación de nuestra audiencia?
- ¿Qué lugar ocupa la radio en el nivel de decisión de nuestros oyentes?
- ¿Cómo vemos a los y las oyentes?

Dimensión Estructural:

De cómo se organizan los discursos y las formas que se le dan

Estudia la forma como se relaciona la estética de nuestro hacer radiofónico. Revisa los géneros y formatos más recurrentes, el uso de los elementos y recursos sonoros en nuestra producción. Los estilos de locución, la organización general de nuestra programación.

- ¿Qué tipo de programas hacemos de acuerdo a los formatos?
- ¿Qué tan diversa y rica es la sonoridad de nuestros espacios?
- ¿Podemos identificar franjas temáticas en nuestra radio?

Dimensión cultural:

De cómo se retrata la región en los discursos

Se centra más en el tipo de contenidos que tienen que ver con lo que consideramos propio de la cultura del contexto en el que hacemos radio.

- ¿Qué elementos de la cultura de la región aparecen en nuestra radio?
- ¿Qué tratamiento se le da a estos elementos: fortalecimiento, conservación, exotismo, etc.?

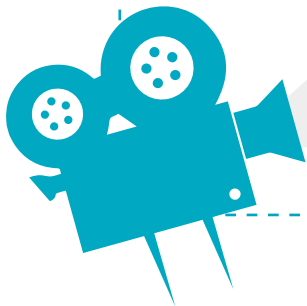


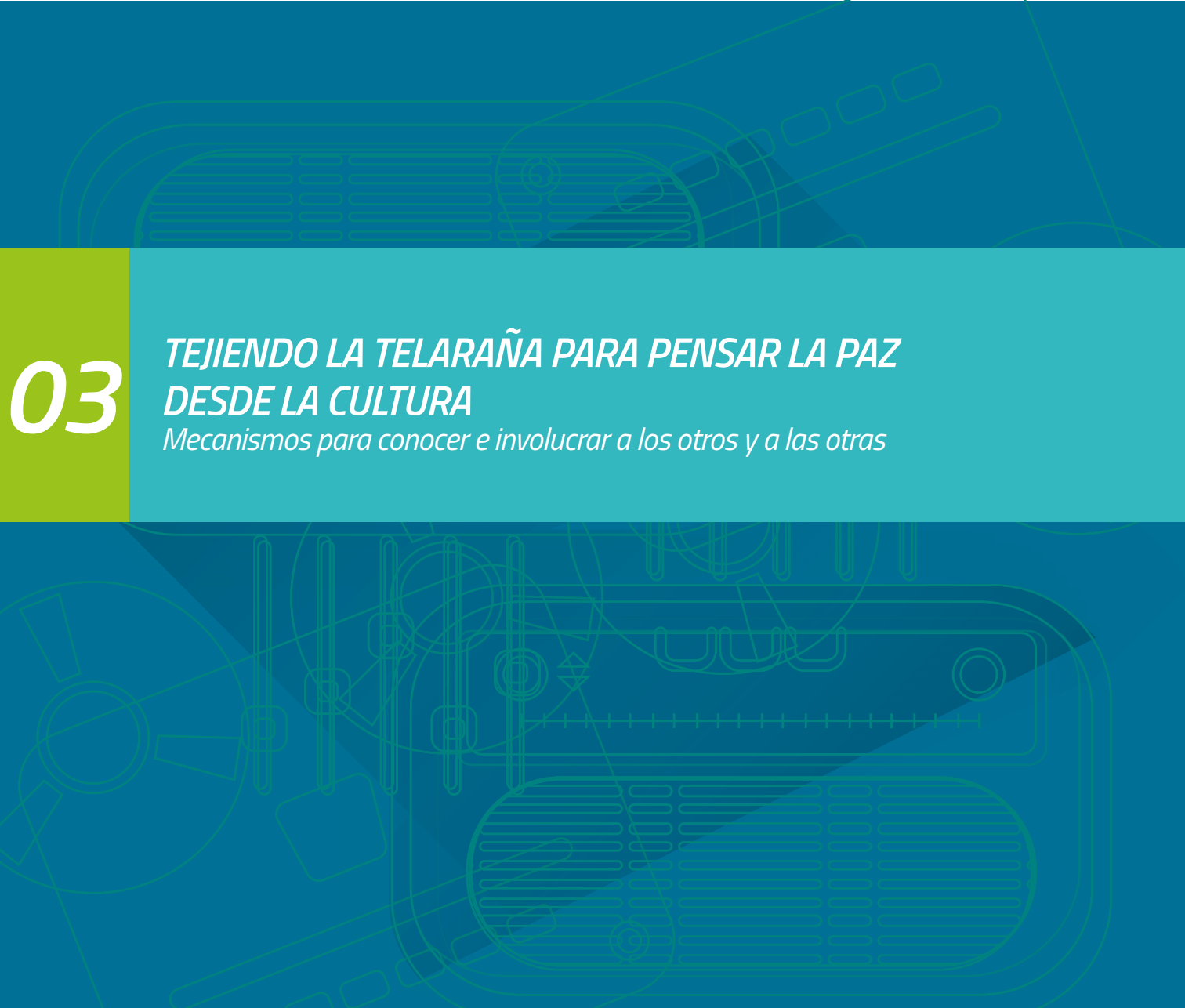
Veamos la película Radio Favela (2002) del director brasileño Helvécio Ratton y comparemos su historia con la nuestra.

<https://www.youtube.com/watch?v=nhkvbILLR4M>

- ¿La cultura de nuestra región pasa por mi radio?
- ¿De qué manera lo hace?
- ¿Mi radio conoce el contexto social en el que se mueve?
- ¿La audiencia puede "radioparticipar" en mi emisora?
- ¿De qué manera?
- ¿La comunidad siente suya la emisora en la que trabajo?
- ¿La comunidad puede contar con mi emisora en sus proyectos y procesos?

¿En la voz de mi emisora, caben las voces de mi audiencia? Desarrolle una audio-reflexión, un ensayo sonoro, una reseña radiofónica o cualquier producto sonoro a partir de su proceso de reflexión.





03

TEJIENDO LA TELARAÑA PARA PENSAR LA PAZ DESDE LA CULTURA

Mecanismos para conocer e involucrar a los otros y a las otras

3. TEJIENDO LA TELARAÑA PARA PENSAR LA PAZ DESDE LA CULTURA



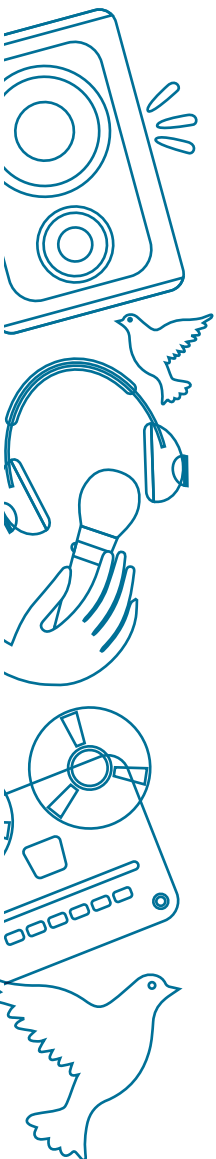
Mecanismos para conocer e involucrar a los otros y a las otras

Una vez revisado nuestro concepto de cultura y nuestras formas de hacer radio, es el turno para mirar hacia afuera; para revisar esos vasos comunicantes que conectan mi producción radial con el contexto y con la gente que lo habita. No puedo intentar aportar a la construcción de una cultura de paz si mínimamente no sé con quién comparto mi espacio, quién me oye y quién, potencialmente, puede aportar con su trabajo y su voz. Y, lo más importante, no puedo apostarle a una paz si no conozco los elementos particulares que en mi región, ponen en peligro esa paz; es decir, para pensarme una región en paz, debo saber a qué paz le estamos apostando.

En este sentido, debo realizar un ejercicio diagnóstico que permita identificar las cosas, los espacios, las personas, los problemas, las posibilidades y todo aquello que puede ayudarnos a conocer una dimensión más cercana a lo que se busca como paz en mi contexto, para así, caminar por el sendero adecuado para conseguirla. La paz no es una fórmula exacta que se aplica por igual a todos los sectores y lo resuelve todo. Los problemas de convivencia que generan el caldo de cultivo ideal para una cultura violenta no son los mismos en todos los contextos urbanos e incluso, al interior de una misma ciudad o municipio, las necesidades para generar una calidad de vida armónica van a variar incluso, de una calle a otra.

No imaginarme los problemas, indagar por ellos e identificarlos. No apostar por estrategias prefabricadas y pensadas para contextos que no son los míos, tanto en sus procesos como en sus acciones y productos, es un primer gran paso para desarrollar una verdadera apuesta por la movilización social en torno a la paz, a mi paz.





Por lo tanto, surgen preguntas orientadoras del hacer:

¿Cuáles son esos espacios y problemas que más aquejan a mi comunidad y no nos permiten "vivir en paz"?

- ¿Quiénes son los actores con los que puedo diseñar una estrategia de comunicación para la paz y dónde los encuentro?
- ¿Dónde están los espacios en los que mis productos de comunicación pueden impactar mejor a mi comunidad?
- ¿Qué instituciones pueden ser aliadas en mi proceso?
- ¿Qué fechas son claves para generar movilización social desde mi radio?
- ¿Qué acciones y procesos son modelos-clave para ser contados y que inviten a pensar que una comunidad en paz es posible?

Lo primero entonces es pensar que si bien todo el país quiere la paz, para todo el país la paz no significa lo mismo ni está representada únicamente en la firma del acuerdo en La Habana. Importante entonces indagar con la gente de carne y hueso y no solo con las informaciones de los medios hegemónicos, acerca de la calidad y la textura de esa paz que se anhela en los distintos rincones del país, que aunque buscan un modo de vida sin conflicto, ese conflicto puede tener tantas formas como vidas indagemos. Veamos algunas técnicas para indagar.



Qué hay para hacer:

1. Grupos Focales

1.

**Conformar listado
de participantes**

Según la técnica, se requiere un grupo no menor a 8 personas ni mayor a 12; estas personas deben tener características más o menos similares y una relación equitativa con el tema. No se recomienda incluir a alguien que sepa mucho más que el resto, pues desequilibra el espacio y es posible que se tome la vocería perjudicando la riqueza en diversidad de comentarios que busca un grupo focal.

2.

**Establecer el ejercicio
de diálogo**

Se diseñan más que preguntas, puntos de discusión. Un moderador irá manejando la conversación, invitando constantemente al grupo de participantes a dar sus impresiones sobre cada punto. Se contará con un relator que tomara apuntes constante sobre las cosas más importantes que deje la conversa. Este relator es clave no obstante, se recomienda que todo se grabe en audio o video. También es importante contar con un observador que dé cuenta de las reacciones de la gente frente a ciertos temas, esas cosas que no pasan por el discurso, pero que dicen mucho. El espacio debe durar una hora y medio como máximo.

3.

**Analizar el contenido
de los diálogos**

Con los resultados de la grabación, los apuntes del relator y del observador, se tendrán insumos importantes para el diseño de programas, la reformulación de los mismos o el conocimiento de las inquietudes que le den vida a nuevas formas de hablar de paz en la radio.

2. Sondeos

1.

**Establecer el instrumento
de indagación**

Se diseña el instrumento para el sondeo, que no es otra cosa que un cuestionario con las preguntas que necesitamos escuchar, hay que cuidar que haya coherencia y orden en el establecimiento de las preguntas, y sobre todo, que de verdad contribuyan a dar la información que necesitamos. Igualmente es recomendable hacer pruebas piloto antes de salir a la calle, para medir si las preguntas se entienden, si el tipo de respuestas que pueden dar, están en el rango de expectativa que tenemos y si la duración de cada sondeo es la adecuada.



2.

Desarrollar el ejercicio de encuesta

Definir la muestra representativa; entre 20 y 40 personas es un buen número; desarrollar las encuestas en su totalidad y consignar las respuestas de manera clara. En la actualidad, google nos ofrece importantes y sencillas herramientas para adelantar estos sondeos vía internet.

3.

Analizar el contenido del sondeo (tabular)

Con las respuestas tendremos que tabular la información y sacar todas las conclusiones, cruces y variables posibles. El resultado nos permitirá pensarnos estrategias de comunicación y movilización para la paz que pueden aportar un granito de arena fundamental en nuestros territorios.

Este ejercicio, insistimos, no se puede resolver desde los supuestos históricos, hay que revisar el contexto, hay que adelantar un ejercicio de memoria para reconstruir nuestro tejido social cercano. Y la memoria, como dice Maurice Halbwachs, es un ejercicio necesariamente colectivo. Una técnica que nos puede ayudar y de manera divertida, es la realización de mapas culturales.

Qué hay para hacer:

3. Mapas culturales (mapas parlantes)

1.

Conformar una matriz de involucrados

Según la técnica, se requiere un grupo no menor a 8 personas ni mayor a 12; estas personas deben tener características más o menos similares y una relación equitativa con el tema. No se recomienda incluir a alguien que sepa mucho más que el resto, pues desequilibra el espacio y es posible que se tome la vocería perjudicando la riqueza en diversidad de comentarios que busca un grupo focal.

2.

Diseñar un mapa físico

En un pliego de cartulina dibuje un esquema del municipio o mapa, tan fiel como se pueda; lo importante es que el dibujo permita localizar fácilmente los distintos espacios y calles del territorio.



3.

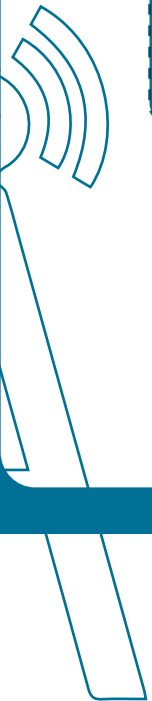
Determinar las capas de indagación

Con pliegos de papel mantequilla (translucido), vaya ubicándolos encima del mapa inicial. Cada pliego será una capa y estará destinado a ubicar una clase específica de puntos en el mapa. Por ejemplo: la capa de las organizaciones comunitarias, la capa de los líderes comunitarios, la capa de las agrupaciones musicales, teatrales y de todo tipo de arte; la capa de los lugares con mayores problemas de convivencia y seguridad; la capa de los espacios en los que la gente se reúne o socializa. En fin, tantas capas como cosas necesitemos conocer.

4.

Desarrollar los mapas

Con el grupo inicial, vaya colocando cada una de las capas traslucidas sobre el mapa y vayan identificando desde la memoria colectiva, estos lugares, actores, problemas, organizaciones, etc. Al final, tendremos un gran mapa parlante que nos dice todo lo que hay en el municipio y que nos da insumos para hacer radio y otras actividades para promover una cultura de paz.



5.

**Analizar el resultado
e implementar un
plan de acción**

Con la información obtenida, podremos diseñar programas radiales que recojan las historias de los líderes, que exploren sobre las problemáticas halladas, que permita mostrar los sitios claves donde se está trabajando por la paz y la convivencia en el municipio. También el mapa nos dirá donde se reúne la gente y dónde podemos montar mesas de radio en vivo para que la comunidad participe en la construcción de una estrategia de convivencia desde la comunicación.

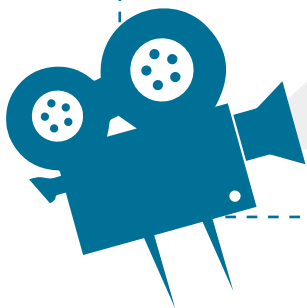


Veamos el documental FM ALAS 20 años producido por el colectivo radial FM La Tribu.

<https://www.youtube.com/watch?v=ufrtmV8iqzQ>

- ¿Qué lugar ocupa la radio en las dinámicas de mi audiencia?
- ¿Hasta qué punto la audiencia a la que me dirijo, siente que mi radio, es su radio?
- ¿Cómo estamos entendiendo la participación de los otros en mi radio?
- ¿Hasta qué punto la voz de mi radio refleja el sentir de la gente con la que intento conectarme?
- ¿Mi radio y su comunidad, estamos hablando el mismo idioma?

Desarrolle una audio-reflexión, un ensayo sonoro, una reseña radiofónica o cualquier producto sonoro a partir de su proceso de reflexión.





04

MODOS DE PENSARSE UNA PRODUCCIÓN RADIAL PACÍFICA

De cómo pensar nuestros programas a partir de un PIENSO

4. MODOS DE PENSARSE UNA PRODUCCIÓN RADIAL PACÍFICA

De cómo pensar nuestros programas a partir de un PIENSO

Producir un programa radio no es un proceso mágico ni fortuito. La radio que hacemos no puede salir de la nada ni de un momento de inspiración divina. La radio que hacemos tiene que ser el fruto de un ejercicio constante de investigación que comienza con esa concepción inicial que nos permite dar una mirada panorámica al proceso de producción, permitiendo, incluso, que determinemos antes de iniciar las acciones, si vale la pena o no hacer lo que queremos hacer. Para la muestra un botón: si damos una mirada a muchas de las parrillas de programación de las radios tradicionales podemos encontrar muchos espacios “sin sentido”, es decir, espacios que no responden a nada, que no llenan carencias colectivas, que no aportan a pensarse el mundo y muchos menos a transformarlo. Son programas que nacen, a veces, por la mera inercia de una historia radiofónica amañada, acostumbrada a decir lo mismo y con una pereza mental que hace que el realizador no abandone la zona de confort y repita los “esquemas exitosos” que por tantos años han funcionado.

Por eso, antes de hacer, hay que pensar qué hacer. Si queremos realizar un programa que le aporte a la construcción de la paz en mi contexto, no puedo conformarme con producir el especial con canciones que hablen de paz que hicimos el año pasado y el antepasado también; es posible que suenen Perales, el grupo Buscujá, algo de Juanes, René Carías, Miami Sound Machine, algo de la Flamboyant y luego me quede corto; puedo sumarle unos cuantos poemas y dos o tres arengas y ya está. Es más, no tengo ni siquiera que hacerlo, puedo usar una grabación antigua porque muy seguramente, ya alguien lo ha hecho y dejó la grabación. Esa paz a la que le cantan esas canciones puede o no coincidir con la que queremos alentar; en ese caso, es mejor partir de certezas y no de supuestos.



Es por ello que los insumos logrados en el capítulo anterior, a partir de los mapas culturales, los grupos focales, las líneas de tiempo, los sondeos y encuestas y las entrevistas en profundidad, se vuelven fundamentales para desarrollar programas realmente enfocados con la situación de mi contexto y con las necesidades en términos de convivencia y búsqueda de un modo de vida en paz. ¿Qué hacer entonces con esta información? Veamos uno de los tantos modelos de planeación radiofónica.

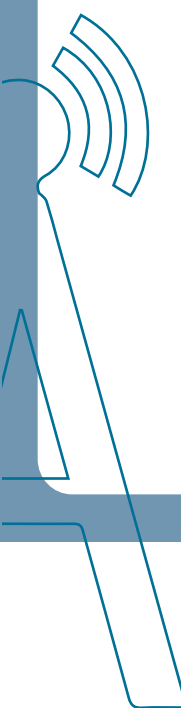
4.1 El PIENSO radiofónico

Entendemos por PIENSO el grupo de preguntas iniciales básicas que dan inicio al proceso de concepción, producción y emisión de los productos radiofónicos. Se trata de hacer-se y responder-se una serie de interrogantes que tienen que ver con el sentido, los actores involucrados, las temáticas, los públicos, las formas y los objetivos que debe mover mi hacer radial. Son cinco estas preguntas iniciales, no las únicas, luego vendrán otras más de corte operativo, pero estas, nos dan como ya lo dijimos, la mirada panorámica de lo que queremos hacer.

EL PIENSO

El diseño de la pieza Sonora





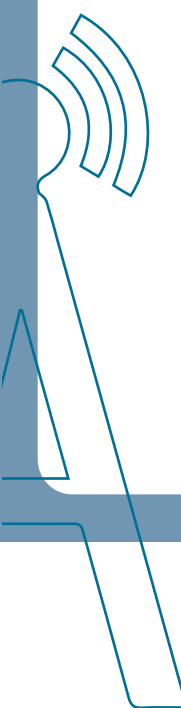
Qué hay para hacer:

El PIENSO radiofónico

1.

QUÉ quiero decir

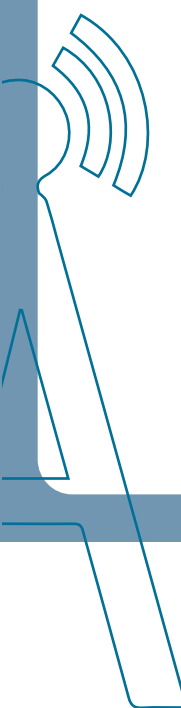
Se trata del TEMA o TEMAS de los que quiero hablar. A veces parecen ser muy obvios y terminan siendo muy generales; es importante hacer un ejercicio de depuración o afinamiento de la pregunta para acercarnos mucho más al tema específico y no ahogarnos en las generalidades o en sentido común de los temas. Al comienzo de nuestro proceso somos muy dados a pensar temas como la juventud, la drogadicción, la violencia, la paz. Así como están planteados, son temas supremamente generales que se refieren a todo, pero no se detienen en algo puntual. Un ejercicio de depuración debe indicarnos un tema más aterrizado: jóvenes con trabajo social cultural en la comuna 13 de Cali; micro-tráfico a las afueras de los colegios populares de Bucaramanga, maltrato animal a perros de la calle, historia de vida de Janeth Valencia, mujer sobreviviente al VIH.



2.

A QUIÉN se lo quiero decir

Se refiere al PÚBLICO sujeto de la propuesta, es decir, a esa parte específica de la audiencia a la que quiero decirle mi tema. Es ese grupo humano al que quiero mover o transformar a partir de lo que voy a decir. El error inicial es plantear que mi programa es para un “público en general”. Esto más allá de una visión facilista, es un imposible. No puedo conversar un tema de forma atractiva para jóvenes y para adultos y para niños y para comunidades populares y para estratos 5 y 6, con los mismos recursos sonoros, los mismos discursos y las mismas intenciones. Existe un público potencial que es todo aquel al que mi programa le puede llegar, pero existe un público ideal que es a quien aspiro comunicarle mis temas y que en lo posible debe coincidir o estar dentro del público potencial. Es importante esforzarse en tener muy claro ese A QUIÉN y no caer en la trampa de lo obvio: un programa sobre niñez no necesariamente es para niños; un espacio sobre violencia familiar puede estar enfocado en el violentado más que en el violentador; un programa sobre música punk puede estar enfocado a jóvenes que no son adictos al punk, pero a quienes quiero mostrarles el fenómeno cultural que plantea esta música.



3.

POR QUÉ lo tengo que decir

Esta pregunta nos muestra el SENTIDO que tiene hacer un programa como el que estoy pensando hacer. Es decir, busca la justificación de hacerlo a partir de la identificación de una carencia real en el entorno. Nos dice cuáles son esas razones o problemas que hacen necesario un espacio como este. La desorientación de los jóvenes en el momento de escoger su carrera profesional, la falta de espacios radiales para escuchar la voz de los adultos mayores, el aumento en los casos de feminicidios en la ciudad, la intolerancia frente al gusto musical de los otros; todos estos son problemas reales que podrían dar pie a la producción de materiales radiofónicos que contribuyan a mejorar la situación de cada caso. Los mapas culturales, los sondeos de opinión y las encuestas, pueden dar importantes insumos para resolver el porqué en un proyecto radiofónico.



4.

**PARA QUÉ
lo quiero decir**

En este apartado se pregunta por el **OBJETIVO** que persigue la producción radiofónica. Hablamos de la transformación o el impacto que el producto radiofónico espera generar en el público-sujeto de la propuesta. Estos objetivos, al igual que en cualquier proyecto, deben ser medidos, medibles y posibles. Frecuentemente se comete el despropósito de cargarle a la radio más responsabilidad de la que tiene. Se piden programas para disminuir los muertos en una ciudad violenta. Se espera que un programa de radio saque de la pobreza a una comunidad o le devuelva el juicio a una juventud desorientada. La radio aporta para que la sumatoria de otras acciones a sus discursos, permitan alcanzar ese tipo de metas. Un programa de radio no le salva la vida a alguien (aunque puede haber un caso así), pero puede darle insumos conceptuales y prácticos para pensarse y salir adelante en sus problemas.

5.

**CÓMO
lo voy a hacer
y a decir**

Este elemento tiene dos modos de asumirse:
Un **Cómo procedimental** que se refiere a las estrategias y procedimientos que deberán llevarse a cabo para realizar el programa y como finalmente se emitirá.

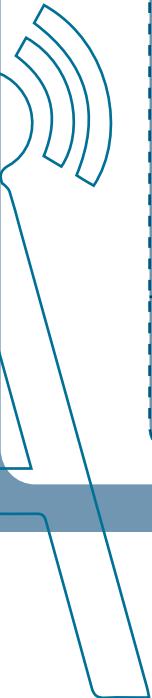
El otro es el **Cómo estructural** que se piensa las formas, los géneros y formatos que se emplearán para contar el qué; hablamos del dispositivo narrativo y estético con el que se desarrollará el producto.



Dos cosas finales. Lo primero es que El PIENSO está compuesto por estas preguntas iniciales, pero después de su resolución vendrán otras más operativas: Dónde, para definir el espacio geográfico en el que se debe hacer una producción radiofónica; Cuándo, para plantear el momento ideal y el período durante el cual se de producir una pieza o serie radial; Con Quién, para determinar el equipo humano de producción necesario para la buena producción del proyecto; Cuánto, para determinar los costos de producción y emisión del proyecto, entre muchas otras.

Lo segundo tiene que ver con que el PIENSO, en el desarrollo de las preguntas, no tiene un orden específico; dada la situación concreta, puede iniciarse por cualquiera de las preguntas: por el Qué, cuando nos interesa trabajar una problemática específica; por el A Quién, cuando nos interesa intervenir en una población particular y debemos pensarnos una radio para ella. Por el Para Qué, cuando hay una intención movilizadora puntual y se debe buscar que tipo de radio nos permitirá alcanzar dicho objetivo. Por el Cómo, cuando queremos explorar un formato puntual y luego debemos buscar el contenido para movilizar en dicho empaque sonoro.

4.2. Apliquemos la matriz PIENSO en una situación concreta.



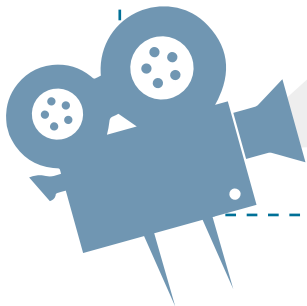
	Actividad 3	Taller: produzcamos un mensaje movilizador
1.	Planteamiento inicial	Divididos en grupos de 5 personas, van a determinar una situación problemática que puede estar afectando la paz de una región o un contexto comunitario particular. A partir de este problema van a precisar el POR QUÉ, que luego le de vida a una pieza radiofónica de cortísima duración.
2.	Aplicación del PIENSO	Los grupos deberán determinar un A QUIÉN al que deberán ajustar el QUÉ surgido a partir del análisis del de la problemática. Luego definirán el PARA QUÉ y el CÓMO. El producto se enmarcará en el formato SPOT y deberá desarrollarse hasta la etapa de guión. Cómo tarea futura, cada integrante del equipo se comprometerá a realizar el spot en su región, conservando la estructura, pero colocándole la textura sonora de su cultura.
3.	Insumos	Formatos de guión impresos. Papeles en blanco como hojas de trabajo.



Veamos la película Goodmorning Vietnam (1987) de Barry Levinson

<https://www.youtube.com/watch?v=9MQaAW7aCOs>

- Analice los conflictos que a nivel de objetivos de la radio, tenían Adrian Cronauer (Robin Williams) y algunos oficiales del ejército norteamericano.
- Que reflexión frente al Cómo del PIENSO, nos permite hacer el trabajo radial de Cronauer.
- Cómo definir el rol de un radialista-locutor, a partir del ejemplo dado por Cronauer.
- Nuestra radio está dejando huella en algún sector de la comunidad.
- Desarrolle una audio-reflexión, un ensayo sonoro, una reseña radiofónica o cualquier producto sonoro a partir de su proceso de reflexión.



The background of the entire page is a light green color. Overlaid on this are thin, dark green line drawings. At the top, there is a partial view of a vintage radio's top panel, showing a speaker grille and several control knobs. At the bottom, there is a more detailed line drawing of a vintage radio, also showing a speaker grille and various controls. A cassette tape is positioned on the left side of the bottom radio, partially overlapping it. The overall aesthetic is minimalist and technical.

05

MODOS DE HACER LA RADIO

Uno de los tantos “paso a paso” en la producción de los materiales sonoros

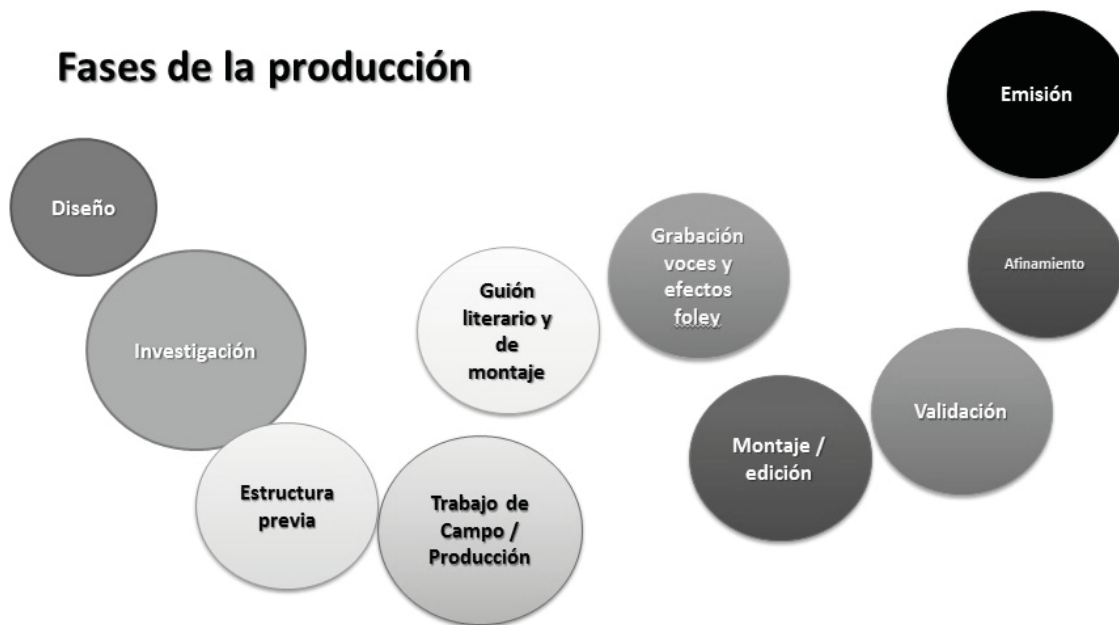


5. MODOS DE HACER LA RADIO

Uno de los tantos "paso a paso" en la producción de los materiales sonoros

Existen diversos modos de producir la radio. No existe un método, sin embargo algunas etapas importantes pueden ser importantes para asegurar la profundidad de nuestros productos. Vamos a hacer una revisión de uno de los tantos métodos que pueden seguirse en el proceso de producción radiofónico no pretendemos plantearlo como un método ideal, simplemente queremos que los y las radialistas confronten su hacer e incluyan aquellos procesos que siendo

Fases de la producción



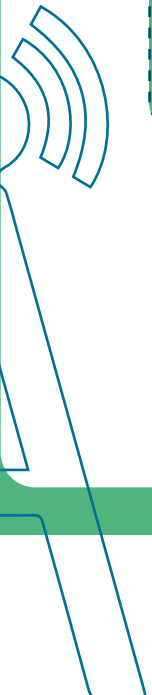
- a) **Diseño:** tiene que ver con el PIENSO del que hablamos en el capítulo anterior. Es el punto de partida que permite avanzar hacia la concreción de la pieza sonora.
- b) **Investigación/** primera fase del trabajo de campo: Es la parte fundamental de la estructura y la solidez de una producción radial. No se puede hacer la radio desde los supuestos. Hay que caminar la calle, hablar con la gente, revisar los archivos, observar la realidad para poder contarla.

Actividad 4	De la importancia de ser curiosos
Conformar una matriz de involucrados	Observemos atentamente  Este es un bus tradicional estacionado en una calle cualquiera frente a un restaurante; después de descansar y almorzar, el chofer debe reiniciar su labor.
Inquietudes	¿En el momento de arrancar, hacia donde se moverá el bus? Explique su respuesta
Reflexión	Piense en esta situación y relaciónela con los procesos de investigación en la producción radiofónica.



Cuatro son los caminos posibles para efectuar una investigación para la producción radial:

- a) **Los saberes previos:** aquellas cosas que ya conocemos del tema y que pueden ser puntos de partida para direccionar el resto de la investigación. No podemos conformarnos con este saber, es tan solo el comienzo.
 - b) **Los testimonios de la gente** en calidad de actores sociales, protagonistas de los hechos, testigos, especialistas, contradictorios, etc. Son los relatos que nutren nuestro discurso, lo complementan o lo conforman de manera exclusiva.
 - c) **La revisión documental.** Indagación en textos, libros, documentos sonoros y audiovisuales, páginas web y todos aquellos soportes que contengan información que aporte a la construcción del guión. Pueden ser de primer orden cuando encontramos en ellos información en estado natural, o de segundo orden cuando los documentos corresponden a análisis de la información (estudios, estadísticas, informes especializados, etc).
 - d) **Observación/Inspecciones:** son las visitas que hacemos a los lugares en donde se viven y se mueven las historias que queremos contar o los hechos sobre los cuales queremos tratar en nuestras producciones.
- c) **Estructura Previa:** con los insumos logrados en la investigación podemos generar un primer esquema o estructura de lo que será nuestro espacio. Esto implica tener claro ya el dispositivo narrativo y el formato que en definitiva se usará. Puede usarse un esquema similar al siguiente:



Ejemplo	No	Tema	Tratamiento
		Nombre de la sesión o fase del programa	Explicación de las formas radiofónicas con las que se desarrollará: entrevista, introducción sonora, dramatización, mezcla de dispositivos narrativos
	1.	Detonante	Pequeño dramatizado que da sensibiliza frente al problema central que trata el programa
	2.	Introducción del tema	A partir de un texto central y un vox pop se pone manifiesta la situación.
	3.	Antecedentes	En una mini crónica contaremos como se llegó hoy a la situación que debemos transformar

- d) **Segunda fase del Trabajo de Campo:** a partir del esquema previo pueden surgir necesidades de producción como realización de entrevistas definitivas, sondeos tipo vox pop, grabación de insumos sonoros tipo paisajes o sistemas acústicos, recolección de documentos sonoros históricos, musicalización, etc. Las entrevistas son transcritas y los otros recursos sonoros son analizados y escogidos.
- e) **Guionización literaria y técnica:** Escritura del discurso radiofónico, con todos sus componentes, que desarrollará lo que queremos contar. En el siguiente capítulo nos detendremos un poco a hablar de los posibles formatos de guión a utilizar.

No	Fuente	Audio	Tiempo

- f) **Producción en estudio de voces y efectos Foley:** El guión, luego de ser desglosado, es decir, luego de determinar todos los elementos sonoros que se requieren, nos dirá que textos grabar desde las voces de narradores, conductores o actores y además, nos pedirá la grabación de elementos para la banda sonora tanto musicales como a nivel de efectos Foley, es decir, aquellos efectos que tendremos que fabricar o captar. Es recomendable tratar de no usar bancos de efectos pre-existentes, pues terminan por desnaturalizar y descontextualizar nuestros productos. VrGr, el efecto de tráfico que extraído de un banco sonoro, refleja la realidad de una ciudad que no es la nuestra.
- g) **Montaje y edición:** es el proceso a través del cual el guión se convierte en una pieza sonora concreta. Pueden existir cambios leves o profundos en esta etapa. Muchas veces algo que nos suena bien cuando se escribe, ya no lo es tanto cuando suena. De este proceso sale lo que llamamos un Primer corte, es decir, una primera versión del producto sonoro.
- h) **Validación:** en algunos procesos es posible generar grupos focales u otros dispositivos de escucha analítica con personas con características similares al público-sujeto determinado en el A Quién. Con estas escuchas se busca anticiparse a posibles resistencias o problemas de recepción que puedan corregirse antes de hacer la emisión definitiva del producto sonoro.
- i) **Afinamiento:** Edición final luego del testeo, dando como resultado el corte final del producto.
- j) **Emisión:** puesta en pantalla (podcast) o transmisión radiofónica del producto. Este es el momento de contacto real entre la pieza radiofónica y el público o audiencia.

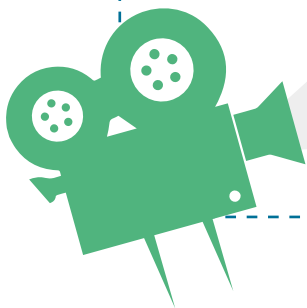
5.2. Analicemos nuestros modos de producción.

Actividad 5	Taller: Construcción colectiva del concepto cultura. No creo que este sea el nombre del taller
Qué estoy y que no estoy haciendo	A partir de la revisión del proceso de producción planteado por el módulo, los y las participantes del taller, revisaran sus propios modos de hacer y lo confrontarán con el modelo: -¿Cuáles de estas fases estamos desarrollando? -¿Cuáles no estamos haciendo y por qué?
Qué otras etapas incluye mi producción	Los y las participantes compartirán que acciones o fases de producción específicas de sus modos de hacer radio, no aparecen en el listado y expondrán por qué puede ser importante o necesario incluirlas.
Insumos	Pliegos de papel periódico, marcadores y cinta.



Veamos la película Radio Encubierta (2009) de Richard Curtis

- A partir de ver la película piense en aquella frase que dice que la Radio con su poder, se abre camino cuando se le necesita.
- ¿Qué tipo de resistencias puede enfrentar una radio que quiere decir las cosas que por otros lados, los oficiales, no se pueden decir?
- Si me comparo con la radio encubierta ¿la radio que hago está en la orilla o está “transmitiendo desde altamar”?
- Tiene su radio el poder de convocatoria para lograr que otros espíritus se embarquen “mar adentro”?
- Desarrolle una audio-reflexión, un ensayo sonoro, una reseña radiofónica o cualquier producto sonoro a partir de su proceso de reflexión.





06

DEL DISCURSO RADIOFÓNICO A LA EXPRESIÓN SONORA

Explorando las posibilidades sonoras de la radio

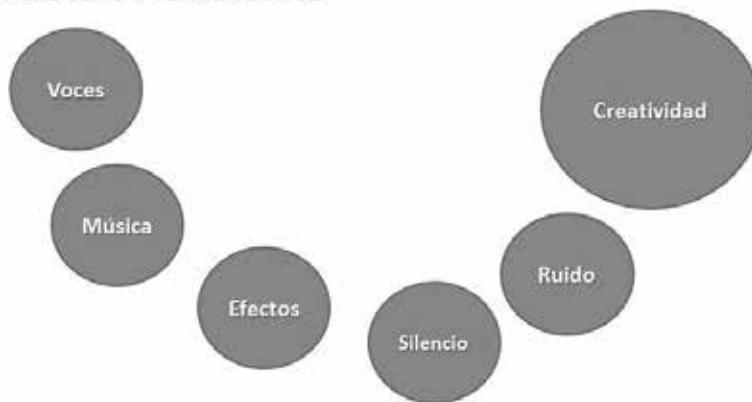
6. DEL DISCURSO RADIOFÓNICO A LA EXPRESIÓN SONORA

Explorando las posibilidades sonoras de la radio

Ahora analicemos qué estamos entendiendo por el discurso radiofónico y cómo estamos usando, explorando, abusando o subutilizando el mismo. Partimos de lo que expresa Armand Balsebre como crítica a la producción radial tradicional, la misma que abusa de lo que él llama el vococentrismo, es decir, la presencia excesiva de la palabra en la construcción de nuestros guiones y productos, en desmedro del uso de otros elementos sonoros que hacen parte del contexto real. Balsebre critica la tendencia de resolver todo desde las descripciones y narraciones y complementar solo con música, la misma que en ocasiones satura las producciones con cortinas eternas que no aportan mayor cosa.

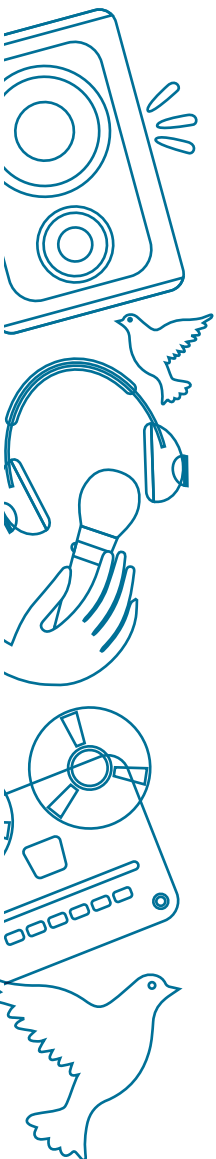
Balsebre invita a que se piense en la existencia de un Lenguaje radiofónico y no un lenguaje pasado a través de la radio. En este sentido invita a reconocer, explorar y utilizar todos los elementos sonoros que están al alcance de los y las radialistas.

El discurso radiofónico



Otra consideración clave para pensar en un lenguaje radiofónico tiene que ver con que el discurso radial tiene todos los elementos para constituirse como lenguaje: un Código particular que funciona desde la expresión sonora, un mensaje y le uso social que se hace de esos mensajes. En la medida en que cumplamos con estos tres elementos, estamos caminando los senderos del lenguaje de la radio. Y aquí es importante acentuar en la necesidad de que exista un mensaje. No siempre cuando hacemos radio, producimos mensajes. ¿Cómo puede ser eso?

Actividad 1	De la necesidad de producir mensajes
Piénsese en esta situación	 En un bosque solitario sin presencia de seres humanos ni animales en muchos kilómetros a la redonda, un viejo árbol vive sus últimos años; una mañana, una rama tan vieja como él, se parte y cae al piso.
Inquietudes	¿Al caer, la rama suena? Si suena, ¿quién la escuchó?
Reflexión	Aplique esta situación a la producción de mensajes desde su radio.



6.1. Voz:

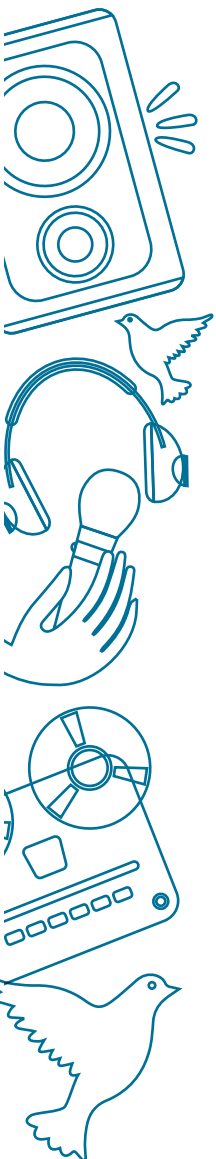
entendida como el elemento que se dirige a la razón y que vehicula las ideas en el mayor porcentaje de piezas radiales. Se fundamenta en la escucha, por eso, como lo dice el maestro López Vigil, tenemos dos orejas y una sola boca.

Clave trabajar en algunos elementos relacionados con su buena producción:

- a. Articulación, vocalización y dicción
- b. Velocidad
- c. Flexibilidad y ritmo
- d. Interpretación y matización
- e. Potencia y proyección

La voz tiene que mantenerse en forma. Importante que creemos rutinas de calentamiento antes de iniciar sesiones de locución; no se trata de trabajar para alcanzar bonitos registros o las mal llamadas “voces radiofónicas”. Se trata de hacer mucho más eficiente el ejercicio de locución.

- a. Ejercicios de articulación (hablar con un lápiz atravesado en la boca, lectura en voz alta y con gesticulación exagerada)
- b. Ejercicio total de todos los músculos de la cara
- c. Trabajo con trabalenguas
- d. Ejercicios de respiración (re-aprender a respirar con el abdomen como respiran los bebés y no con el tórax, como respiramos equivocadamente cuando somos adultos).
- e. Ejercicios de relajación
- f. Ejercicios de activación.



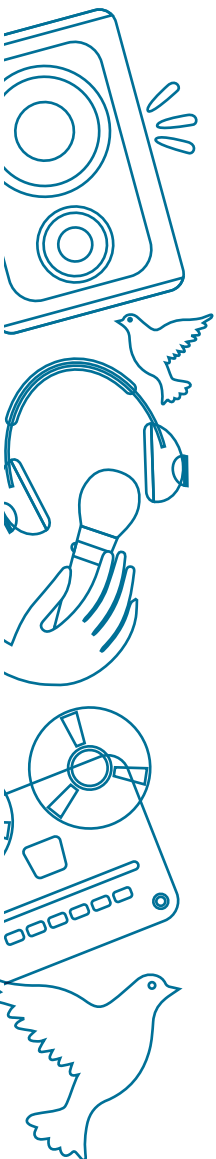
La radio suena mejor, para algunos, cuando los textos son elocuentes, cuando se hace buen uso de la improvisación. Tienen razón, pero hay que tener en cuenta que la improvisación es una de las cosas que más debe prepararse. Solo se improvisa de lo que se sabe o lo que se ha investigado.

6.2. La música:

tiene que ver más con la dimensión emotiva de la que habla Balsebre. Puede ser autónoma cuando transmite mensajes por sí misma (en los musicales, por ejemplo) o auxiliar, cuando acompaña a otros recursos sonoros apoyando o transformando sus sentidos (un fondo o una cortina). Puede ser diegética cuando hace parte de la acción que estoy grabando (música de fondo a una entrevista que hice cerca de una fuente sonora musical) o extra-diegética, (cuando la introduzco en la edición).

Puede cumplir las siguientes funciones:

- a. Gramatical: enfatiza o acentúa los discursos orales; cortinas, fondos, ráfagas, fanfarrias, etc.
- b. Descriptiva: nos muestra los escenarios en los que se mueven las acciones: ayuda a contar si son espacios urbanos, rurales, agitados, tranquilos, presentes, pasados o futuristas, entre otros. También nos ayuda a ubicar geográficamente un espacio (música japonesa, para contar que estamos en el país oriental).
- c. Expresiva: Desarrolla y estimula sensaciones frente a la acción que se narra: tristeza, tensión, excitación, terror, alegría, etc.
- d. Comunicante: Es la música el centro del mensaje, tiene que ver con la música autónoma. Por ejemplo, en un especial sobre Ray Charles, cada una de las canciones que ilustran su carrera dentro del programa.



6.3. Efectos de sonido:

reconocido como la voz de la naturaleza o de la vida alrededor de las acciones y las personas. Los efectos pueden ser objetivos (cuando los relaciono fácilmente con objetos: un martillo, el viento, un vidrio que se rompe), o pueden ser subjetivos (cuando no se puede identificar a que se refiere). Cumplen también funciones de corte gramatical, expresivo y descriptivo. Además pueden cumplir una función de ambientación cuando pintan un escenario espacial o geográfico; igualmente la función ilustrativa (mostrar cómo suena cierto objeto referido en el discurso oral).

Si bien existen gran cantidad de bancos de efectos en la red y en el comercio, se recomienda producir nuestros propios bancos de efecto con nuestra sonoridad. Acudir a la producción de Foley, es decir, realizar la producción de los efectos por nuestra cuenta y con nuestra realidad. Que las puertas que se abran y cierran, sean las puertas que usamos en nuestros contextos, que el murmullo y el tráfico que se use, sea grabado de nuestras calles y avenidas.

6.4 Silencio:

la ausencia de sonido, no implica la ausencia de sentido. El silencio puede convertirse en un potente elemento cargado de significación. Puede ser accidental cuando no está planificado (Bache); o controlado cuando es puesto con una clara intención. En este caso puede ser absoluto (ausencia total de sonido), un silencio que en la vida real no existe, solo en la radio; también puede ser relativo, cuando hay ausencia de voces o acciones puntuales, pero escuchamos fondos que dan cuenta de un escenario.

6.5 El ruido:

aunque autores como Moles, Balsebre y el mismo Russolo, reivindican el ruido como el elemento central del sonido, otros autores plantean una distancia entre los sonidos y el ruido como una alerta dentro de la producción radial. Se entiende entonces al ruido, como lo molesto, lo que genera interferencia, lo que impide la comunicación. Es entonces un elemento sonoro que hay que tener muy en cuenta, pero para no usarlo. El ruido que puede ser desde una chispa en el micrófono, la saturación del volumen, hasta una escritura enredada del guión.

Actividad 6

Que tanto estamos usando el lenguaje radiofónico

Piénsese en esta situación



¿Hasta dónde nuestra radio está explorando la riqueza sonora del lenguaje radiofónico?
¿Estamos permitiendo que la sonoridad de nuestros contextos aparezca en nuestra producción radial?

Inquietudes

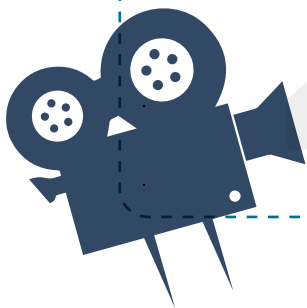
¿Qué sonidos distintos a las voces y a la música suenan en nuestras producciones?
¿Cómo podría explotar mejor el lenguaje radiofónico en su radio?

Reflexión

Aplique esta situación a la producción de mensajes desde su radio.

Veamos la película Partes privadas de Betty Thomas
https://www.youtube.com/watch?v=unz_cjns-nE

- Analicemos la actitud de Howard Stern frente a los esquemas y la radio cuadriculada.
- ¿Hasta dónde nuestra radio está explorando las posibilidades de la sonoridad y está generando su propia voz, su sello radiofónico?
- ¿Qué cosas, sin necesariamente tener que de llegar a los extremos de Stern, podemos hacer para romper esquemas y mover los espíritus de nuestras audiencias?
- Desarrolle una audio-reflexión, un ensayo sonoro, una reseña radiofónica o cualquier producto sonoro a partir de su proceso de reflexión.





07

DEL PAPEL A LAS ONDAS

*Algunos formatos cortos para hacer radio con perspectiva de paz
(Paisajes sonoro, vox pop, crónica galeana)*



7. DEL PAPEL A LAS ONDAS

*Algunos formatos cortos para hacer radio con perspectiva de paz
(Paisajes sonoro, vox pop, crónica galeana)*

Finalmente, les queremos invitar a explorar algunas posibilidades narrativas en las que la radio pueda potenciar no solo toda la riqueza sonora del medio, sino que, además, contribuya a mostrar esos espacios, esos discursos y esos actores que le están apostando a una cultura de paz. Hablamos de formatos de corta duración, relativamente sencillos de producir y muy ricos en expresividad.

7.1 Las postales sonoras

Este formato es una derivación del paisaje sonoro o soundscape que inaugurara Murray Schaffer. Se trata de un formato experimental que da cuenta de los espacios físicos que conforman nuestros contextos y que pretenden, como toda postal, representar elementos claves para la identidad de una región. La idea entonces es identificar esos espacios que dan cuenta de la belleza y la grandeza de mi región, mi pueblo o mi ciudad, registrarlos sonoramente y producir pequeñas piezas con una duración que oscile entre uno y tres minutos, y en las que se pueda sentir la vida, la arquitectura y la idiosincrasia de cada contexto.

Actividad 7

Produciendo el mapa sonoro de nuestro municipio

Fase de planeación



Desarrolle un mapa cultural con los espacios que considera claves para incluir en las postales. Luego diseñe un cronograma de producción y emisión que le permita ir grabando, produciendo y emitiendo sus postales.

Fase de producción

Visite cada espacio y léalo desde su sonoridad, fijándose en los detalles que lo hacen particular. Esos sonidos que no existen en otro espacio del municipio y tal vez, del mundo. Haga una grabación general del fondo sonoro del sitio (tonalidad); luego deténgase y capture, respetando la perspectiva sonora, en cada uno de los sonidos particulares que conforman el espacio (Huellas).

Fase de Montaje

Realice la edición del producto, posando la tonalidad y luego insertando armónicamente las huellas de tal manera que la pieza sea un producto unificado y que dé cuenta de la mirada que usted, como radialista, quiere proyectar. Márquelo al final con el nombre del espacio, el municipio, la hora en que se toma la foto sonora y los créditos de producción.

**Fase de
archivo y
memoria**

Con los insumos, tanto huellas como sonoridades, vaya configurando un banco sonoro del municipio que dé cuenta del mismo, no solo desde lo espacial, sino también de lo temporal (muchos espacios se transforman y solo quedan fotos, ahora es posible eternizar su identidad sonora).

7.2 El vox pop:

Este formato ha sido abusado en el uso que se le da. A veces simplemente es un accesorio que cumple la función de abrebocas a lo “verdaderamente” importante. Acá les proponemos que lo volvamos un formato autónomo que por sí solo exprese cosas, de panoramas o diagnósticos de lo que la gente piensa sobre un momento histórico o un proceso social que se esté dando en el municipio.



Actividad 8

Produciendo el mapa sonoro de nuestro municipio

Fase de producción



Defina una serie de inquietudes que quiere plantearle a su comunidad. Haga varias preguntas para desarrollar un mismo tema de tal forma que se sienta una progresión en el discurso; las tres preguntas se las hará a todos los entrevistados. Preguntar, por ejemplo: ¿Qué nos hace falta para ser felices?, ¿Cómo se sueña nuestro territorio en paz?, ¿Si pudiera regalarle algo al municipio, qué le daría?

Fase de Montaje

Realice la edición del producto, escogiendo las respuestas desde criterios como la sonoridad, la contundencia, la diversidad de posturas y de actores; haga un montaje rico en efectos que reflejen elementos del discurso, música que suene a región y un ritmo que refleje la dinámica de su municipio. Al final, deje espacio musical y de sistema acústico y sobre este, grabe los créditos de realización.

Fase de emisión

Hablamos de piezas que no superen los 4 minutos que puedan colocarse constantemente en distintos momentos de la programación de su radio.

7.3 Rostros sonoros

Muchas de nuestras regiones se vuelven noticia en el momento en el que una tragedia, un desastre o un escándalo inundan sus calles. Las cámaras y micrófonos de los medios tradicionales se pegan el viaje a la frontera, solo cuando el show amarillista se pone en primer plano. El resto del tiempo, no existimos y muchas personas con trabajos valiosos y que le están apostando a la construcción de un mejor país, no importan porque no venden lástima o morbo. Este formato sencillo pretende contribuir a ponerle acento a esas personas y esas acciones que creen que esto de que Colombia es un buen vivero, no es letra muerta.

Actividad 7

Produciendo el mapa sonoro de nuestro municipio

Fase de planeación



Aprovechando la técnica del mapa cultural, ubique en su territorio esos actores sociales que están apostando por una Colombia en paz, desde distintas aceras: desde la cultura, desde procesos de seguridad alimentaria, desde la educación, desde la organización social, desde la ciencia, desde el deporte, desde el ejercicio de la ciudadanía y los valores humanos, etc. Haga un plan de trabajo que puede implicar un orden específico para trabajar los personajes agrupados por líneas de trabajo o por sectores del territorio o por otro criterio que usted vea conveniente.

**Fase de
producción**

Desarrolle entrevistas cortas, previo ejercicio de investigación sobre la vida del personaje. Grabe además la sonoridad de sus actividades y su espacio para luego complementar la pieza en el montaje.

**Fase de
Montaje**

Defina un nombre para la serie de personajes que va a mostrar y haga un montaje sencillo, pero cargado de sonoridad. En máximo 5 minutos, cuénteles al municipio y al mundo que en su municipio una serie de hombres y mujeres, sin importar las constantes páginas complejas que vive Colombia, están construyendo país desde la fe en sí mismos y desde la fe en los otros.

**Fase de
emisión**

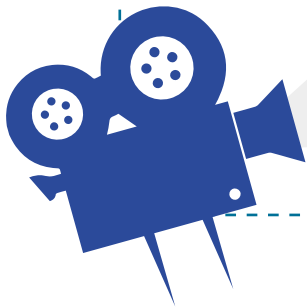
Igual que en el formato anterior, hablamos de piezas que no superen los 5 minutos y que puedan colocarse constantemente en distintos momentos de la programación de la radio

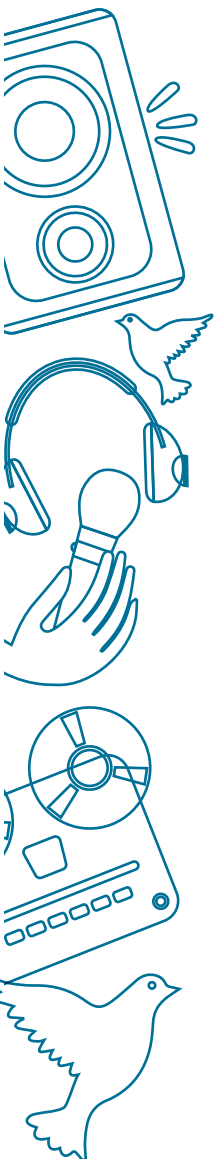


Veamos la película El pescador de ilusiones (1991) de Terry Gillian

<https://www.youtube.com/watch?v=tgyLooq4qpk>

- Analicemos el conflicto central que nos propone la película y pensemos acerca de la responsabilidad social de estar frente a un micrófono.
- ¿Hasta dónde nuestra radio está apagando incendios con gasolina?
- ¿Qué tanta conciencia tenemos sobre el alcance de las palabras que decimos?
- Teniendo en cuenta que la película nos muestra el poder extraordinario que puede tener una radio, ¿qué se nos ocurre que podemos hacer para aportar en la construcción de la paz?
- Desarrolle una audio-reflexión, un ensayo sonoro, una reseña radiofónica o cualquier producto sonoro a partir de su proceso de reflexión.





EPÍLOGO

Hasta aquí este primer recorrido en el diplomado Señales de Paz; la intención, provocarlos para seguir pensándonos la radio como ese escenario propicio, urgente y vital que nos permita pensar un relato de país distinto, un relato donde todos y todo quepa. Esperamos, antes que haber generado respuestas, haber despertado en ustedes muchas inquietudes para seguir pensando y construyendo, en palabras de Rosa María Alfaro, otra radio para otro desarrollo.

8. Recursos sonoros, audiovisuales y literarios

- Manual urgente para radialistas (López Vigil);
- Producción en la radio moderna (Carl Hausman, Philip Benoit, Lewis O'Donnell);
- Los sondeos de audiencias (María Cristina Mata);
- Manual de producción radiofónica (Mario Kaplún),
- Estética radiofónica (Rudolph Arheim),
- Manual de producción de programas de Radio (DW);
- Lo que dicen las radios (María Cristina Mata);
- Qué onda con la radio (Romeo Figueroa Bermúdez);
- Escenarios de la radio (El Público, Centro de documentación teatral);
- Técnicas de entrevista y grupos focales (Healthcom, Mary Debus – Porter/Novelli OPS);
- Hipermediaciones (Carlos Scolari).
- La radio en la convergencia multimedia (Mariano Cebrián Herreros).
- La Radio en Iberoamérica (Merayo).
- De las ondas rojas a las radios libres (Lluís Bassets).
- Producción radiofónica, técnicas básicas (Pilar Vitoria).
- Secreto a voces (compilación de la Friedrich Ebert Stiftung).

Documentos en audio:

- Archivo sonoro del centro de producción, materiales de AMARC y ALER,
- Archivo del programa El Taller, Escuela de Comunicación Social - Univalle;
- Documentales sonoros de Radioambulante.org;
- Radios de América (<http://titoballesteros.blogspot.com/>); www.radialistas.net;
- Fonoteca nacional (www.fonoteca.gov.co).

MINISTERIO DE CULTURA REPUBLICA DE COLOMBIA

Mariana Garcés Córdoba
Ministra de Cultura

María Claudia López Sorzano
Viceministra de Cultura

Enzo Rafael Ariza Ayala
Secretario General

Argemiro Cortés Buitrago
Director de Comunicaciones

Esmeralda Ortíz Mahecha
Coordinadora Grupo de Políticas e Investigación

Liliana del Pilar Ramírez Arias
Asesora
Proyecto Fortalecimiento de la radio comunitaria y Pública.

Diseño y Diagramación.
Lina Marcela Sánchez González





APUNTES DE COMUNICACIÓN CULTURA Y PAZ



**MÓDULO DE CONTENIDOS CULTURALES
CONSTRUYENDO PAZ
DESDE LA CULTURA**

Jorge Caicedo



MINCULTURA



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ · EQUIDAD · EDUCACIÓN