

Manual de Capacitación Radiofónica



Una publicación de la Dirección de Desarrollo y Cooperación Internacional.
Coordinación de Comunicación con la financiación de la Cruz Roja Holandesa
y la Cruz Roja Italiana.

Con la colaboración de:

Facultad de Comunicación Social-Periodismo U. Externado de Colombia
y de la Fundación de Radio y Televisión Comunitaria FRATEC

Coordinación y Edición

Aleyda Díaz

Diseño e impresión

Arcano Editorial

CRUZ ROJA COLOMBIANA

Santafé de Bogotá, D.C.

Colombia, Sur América

1999

Presentación

Hace sólo unos años era un sueño pensar en un proceso de desarrollo comunitario, mediante la utilización de la comunicación social y en especial de la radio, uno de los medios de mayor tradición en nuestro país; la misma legislación dificultaba la participación comunitaria y aún más, su acceso a los medios masivos.

Hoy el horizonte está abierto a la participación y la autogestión comunitaria, con el fin de permitirles a las clases populares un espacio para el diálogo y el trabajo por una mejor calidad de vida. Algunos ejemplos de que esto se está cumpliendo, son: la voz del joven que transmite los partidos de fútbol de su barrio; las noticias de los fines de semana en Ciudad Bolívar, al sur de Bogotá; el entusiasta creador de la Voz de Tamalameque; la Voz de Amalfi, Belén de los Andaquíes, en Caquetá, y muchas más, que quisiéramos nombrar pero mejor pre-

ferimos que usted haga lo propio y utilice la de su región.

Uno de los principales objetivos de la radio comunitaria es hacer realidad el derecho que todos tenemos a escuchar y a ser escuchados, a informar y ser informados. A participar y a comunicar lo que es de interés para la comunidad; además, propiciar diálogos enriquecedores entre los vecinos y los compañeros, quienes día a día escriben la historia de su entorno.

Nuestro compromiso es llegar hasta la emisora radial, para hablar con su Director o Representante Legal y presentarle nuestro deseo de colaborar en la programación de la Emisora, en los temas en los que la Cruz Roja es muy reconocida: primeros auxilios, prevención y atención de desastres y el Derecho Internacional Humanitario, con el fin de convertirlos en mensajes radiales de interés para la población.

Esperamos su activa participación en este proyecto, para que podamos seguir cumpliendo nuestra misión humanitaria en todo el territorio nacional.

Coordinación: Comunicación e Imagen Cruz Roja Colombiana

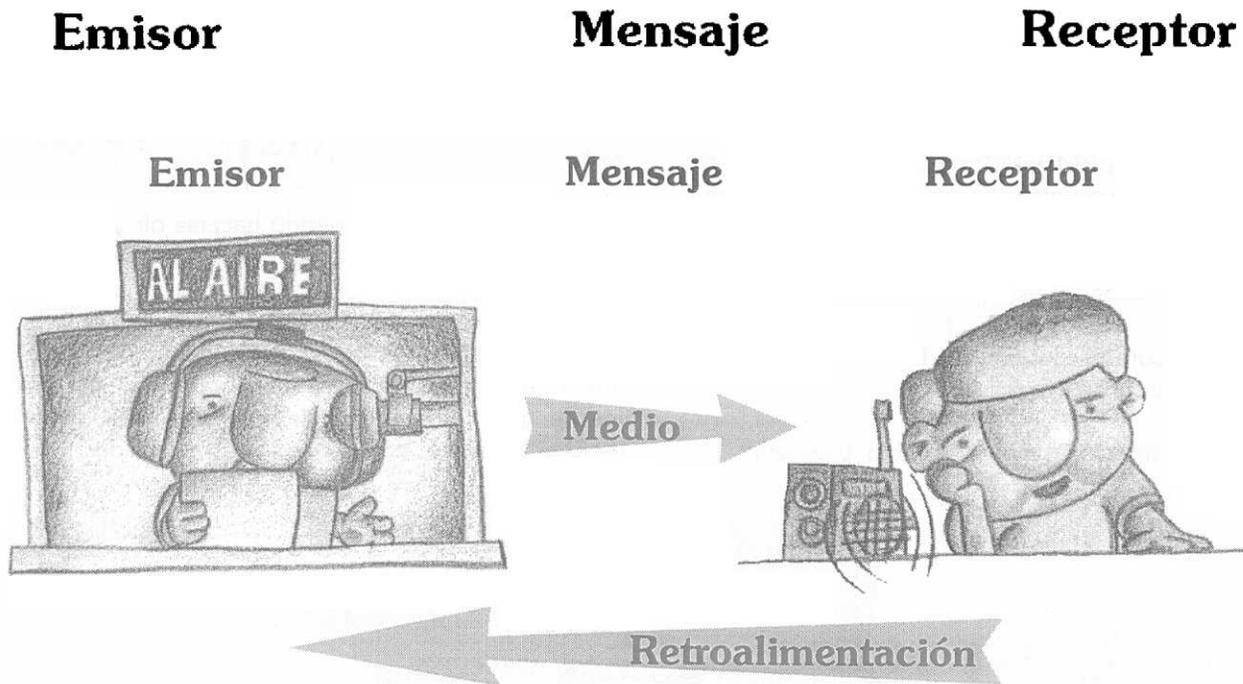
Santa Fe de Bogotá D.C., julio de 1999



La Comunicación

Qué es?

Es un proceso, en el que intervienen tres elementos.



Este proceso no siempre se da de la misma manera,

se da según sea el interés de quien lo orienta.

6

Los modelos de comunicación más utilizados son:

Comunicación unidireccional: El emisor envía la información y el receptor la recibe, es vertical, va en una sola vía. Este tipo de comunicación se utiliza para informar. También ha sido asociada con quien tiene el poder.

Comunicación bidireccional: Las dos partes intervienen; en esta comunicación hay diálogo, es horizontal.

En el proceso de comunicación es importante que el receptor reflexione y saque sus propias conclusiones.

El emisor o comunicador facilita la comunicación, emite, habla y escucha.

El receptor participa, responde, habla y escucha.

Comunicación participativa: Participan varios emisores e intervienen varios receptores.

«Cuando la ciudad despierta un ejército de obreros, de mujeres y niños salen a la calle en busca del sustento diario en lo que se llama la aventura de subsistir calladamente... Calladamente porque no son sus voces las que se escuchan en el concierto de voces a través de la radio...»

El hombre siempre ha querido hacerse oír y participar, para poder hacerlo, se ha unido y ha creado lo que llamamos comunicación popular. De allí surgen los periódicos, boletines, programas de radio y televisión, a través de los cuales se expresan las necesidades e interrogantes y se convoca para la realización de proyectos de tipo comunitario, siempre con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus comunidades.



Hay varios modelos o formas de enfocar el proceso de la Comunicación.

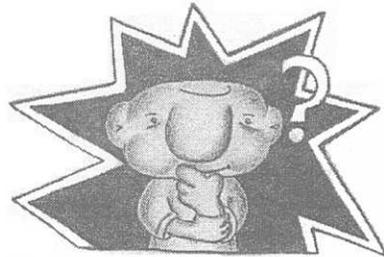
1. Sólo importa el contenido

Se piensa que el receptor sólo recibe y no importa si entiende o le sirve para algo.

El comunicador {
 Emite
 Habla
 Escoge los contenidos
 Es el que procesa la información

El receptor {
 Recibe - Escucha
 Asimila la información
 Es el que no sabe
 Escoge lo que quiere

Usted está seguro que lo sabe todo?



2. Buscando efectos

Sólo importa el efecto que produce en el receptor, quiere que el receptor cambie su actitud pero no importa si reflexiona o no.

3. La comunicación como proceso

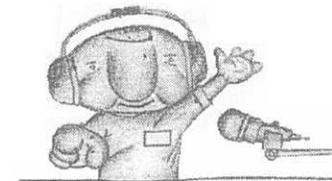
Aquí importa mucho el receptor... importa que piense, reflexione, analice y saque sus propias conclusiones.

Comunicador {
 Facilita la comunicación
 Regula el proceso
 Emite
 Habla, escribe
 Escucha

Receptor {
 Participa
 Responde
 Habla
 Escucha

Qué vas a hacer para que en tu programa haya participación?

Crear espacios para la gente

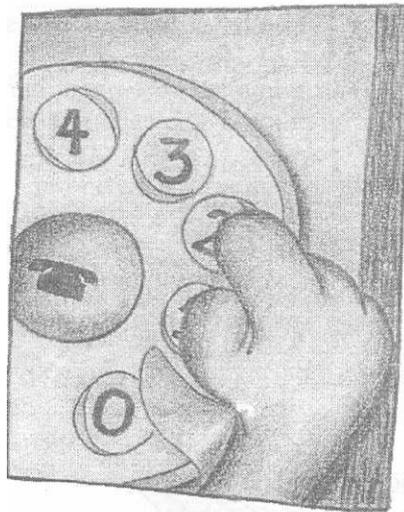


Propiciar la intervención al aire

Incentivar la polémica

Características de la comunicación popular.

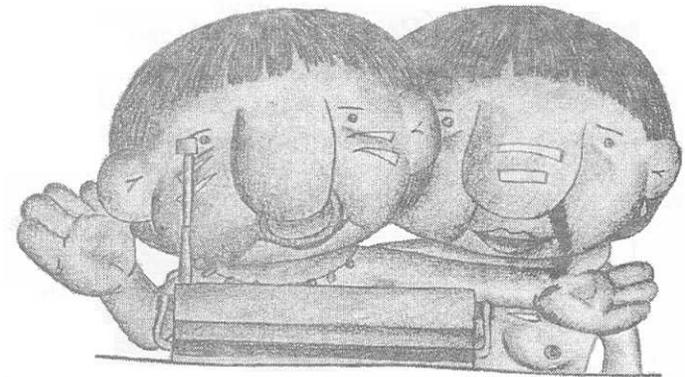
Es comunicación de servicio



No es un medio al servicio del Estado

Puede o no ser de la comunidad

Su meta es el diálogo y la participación, el desarrollo y el progreso de la comunidad



Está vinculada a la comunidad

Por esto, un comunicador de la radio es un facilitador, un animador, un organizador que fomenta el diálogo entre los miembros de la sociedad. Recuerde: póngase en el lugar del oyente, escúchelo y busque la información de primera mano.