



**15 años de aprendizaje, reflexión y labor profesional, en torno a
la Comunicación Social y los Medios Digitales Alternativos**

Una sistematización presentada para obtener el título de

Comunicador Social y Periodista

Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIMINUTO

Presentado por

Julio César Vargas Sanabria

Estudiante de la Profesionalización de Periodistas II Cohorte

Junio 2017

Tabla de Contenidos

Introducción	3
Pregunta problema / Objetivo principal / Objetivos Específicos	4
Justificación	5
Estrategia Metodológica	6
Capítulo 1:	
Historia de vida	12
Capítulo 2:	
La implementación de sistemas de medios digitales en propuestas de comunicación comunitaria y educativa	33
Capítulo 3:	
Bitácora desarrollo del proyecto sistema de medios, Colegio Gustavo Restrepo IED	44
Conclusiones	55
Referencias	58
Anexos	61

Introducción

Esta sistematización se desarrolla en relación la influencia de la implementación de medios digitales en propuestas de comunicación alternativa sobre los procesos de cambio social, éste planteamiento surge a partir de la experiencia con la comunidad educativa de la localidad Rafael Uribe Uribe de Bogotá, particularmente en la institución Educativa Distrital Gustavo Restrepo.

El presente documento se basa en la experiencia profesional de Julio César Vargas, técnico en diseño gráfico y comunicador social empírico. En este texto, se busca compartir conclusiones desde el quehacer profesional, ofrecer una herramienta metodológica que sirva en la implementación de medios digitales comunitarios y alternativos y exponer la manera en que fue articulada la experiencia en el caso práctico en la comunidad estudiantil del Colegio Gustavo Restrepo de Bogotá durante el segundo semestre de 2016.

Esta sistematización se convierte en un documento que describe el proceso de reconocimiento, en el que posterior a la fundamentación y al marco metodológico se presentan tres capítulos: i) Buscando la Profesionalización: Es la experiencia en la que se expone la formación en Comunicación Social y cómo se presenta el modelo de Comunicación para el desarrollo y el Cambio Social transformando el enfoque profesional. ii) En la búsqueda de la Implementación: Se constituye como un documento que destaca en 4 etapas algunos aspectos a tener en cuenta en la implementación de medios digitales comunitarios y alternativos. Una herramienta que sirve a personas e instituciones interesadas en iniciativas de comunicación alternativa. iii) Compartirlo para llevarlo del dicho al hecho: Es la aplicación del conocimiento y la experiencia en la formación, enfoque e implementación de medios digitales para la comunidad educativa del Colegio Gustavo Restrepo de la localidad Rafael Uribe Uribe, a la luz de teorías que identifican los procesos de Cambio Social y Comunicación para el desarrollo.

Pregunta problema:

¿Cómo la comunicación social, a través de los medios digitales, influyó en los procesos de cambio social de la comunidad de la institución Educativa Distrital Gustavo Restrepo?

Objetivo General:

Analizar y describir el proceso de acción y la influencia que la comunicación social, a través de la implementación de medios digitales, puede tener procesos de cambio social para la comunidad educativa de la Institución Educativa Distrital Distrital Gustavo Restrepo.

Objetivo específicos:

- Describir y analizar la experiencia profesional de 15 años en trabajos afines con el campo de la comunicación social, identificando momentos claves y conclusiones en cada experiencia que permitan entender la formación profesional en comunicación social como un campo multidisciplinar.
- Desarrollar un instructivo que sirva a personas, comunidades, grupos de investigación o entidades interesadas en la implementación de sistemas de comunicación digitales comunitarios y alternativos, buscando contribuir en procesos de cambio social y comunicación para el desarrollo.
- Describir y analizar la experiencia en el desarrollo y fortalecimiento del proyecto de los alumnos de la Institución Educativa Distrital Gustavo Restrepo que busca la implementación del “sistema de medios Live Music Radio” para el segundo semestre de 2017.

Justificación

La sistematización de experiencias es el método que nos permite, desde la recolección de información de una experiencia de vida en un ámbito profesional específico, evidenciar los aportes y los aprendizajes principales. En este caso particular, el presente documento pretende sistematizar y así evidenciar cómo la comunicación social a través de diferentes miradas multidisciplinares puede convertirse, a través de los medios digitales, en una herramienta que aporte activamente a procesos de cambio social para algunas comunidades, poniendo como ejemplo el estudio de caso de la Institución Educativa Distrital Gustavo Restrepo.

En este documento de sistematización están incluidas las experiencias relacionadas como comunicador social empírico entendiendo la comunicación social como un área de estudio multidisciplinar. El relato inicia desde el año 2001 al iniciar los estudios en diseño gráfico, así como los años de trabajo en radio e internet, la llegada a los medios audiovisuales y la manera en que el paso por la academia hace un cambio en el paradigma profesional.

Así mismo, esta sistematización presenta un documento especializado para personas e instituciones que están interesadas en el desarrollo y la implementación de sistemas de comunicación alternativos, ofreciendo una mirada general que invita a tener algunos aspectos a tener en cuenta en el momento de pensar en implementación de medios digitales buscando compartir modelos de comunicación para el desarrollo.

Resulta conveniente resaltar el caso particular del grupo piloto de alumnos del colegio Gustavo Restrepo, ya que durante el desarrollo del proyecto de implementación de su sistema de medios los aportes que realizaron en esa experiencia son un ejemplo de cómo la comunicación social desde los medios digitales puede aportar en proyectos que buscan la transformación de las comunidades en procesos de desarrollo y cambio social.

Es por esto que se sistematiza la manera en que la implementación de medios digitales de comunicación puede convertirse en una herramienta que contribuya en procesos de comunicación social que busquen el desarrollo y el cambio social.

Estrategia Metodológica

Esta sistematización se desarrolla a partir de tres conceptos reunidos en la pregunta de investigación, por esta razón, se divide el análisis y los resultados en las siguientes categorías y etapas:

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	CAPÍTULO	AUTORES	CONCEPTOS
<p>¿Cómo la <u>comunicación social</u>, a través de los <u>medios digitales</u>, influyó en los procesos de <u>cambio social</u> de la comunidad educativa del Colegio Distrital Gustavo Restrepo?</p>	Comunicación Social (como profesión)	Capítulo 1. Historia de vida	Carlos Scolari	Penetración del internet / Cibercomunidades
	Comunicación y Medios Digitales	Capítulo 2. Implementación de Sistemas de Medios en Comunicación Comunitaria y Alternativa	Rosental Calmon	Impacto de las tecnologías en américa latina
			Alfonso Gumucio	Cibercomunidades / Características de la comunicación para el cambio social / El nuevo comunicador
			Michael Rabiger	Técnicas de producción audiovisual
			Roland Barthes	El relato audiovisual
			Jesús Martín Barbero	Modelo antihegemónico de comunicación
			Helio Gallardo	El empobrecimiento
			Carlos Scolari	Transmedia
	Medios Digitales Cambio Social	Producto escrito Bitácora	Alfonso Gumucio	Comunicación para el desarrollo y cambio social
			Silvia Martinez	Identidad social
			Paulo Freire	Modelo de educación
	Comunicación y Cambio Social	Bitácora	Orlando Fals Borda	I.A.P. & Cambio social

			Carmen Mendivil	Comunicación en contextos de violencia
			Natalia Restrepo	Comunicación y Cambio social
			Alfonso Gumucio	Comunicación horizontal / Comunicación para el cambio social

En la primera parte se inicia el trabajo desde el ejercicio de la reconstrucción de la línea de vida, una línea de tiempo lógica de los diferentes roles y momentos significativos en nuestra vida personal y profesional.

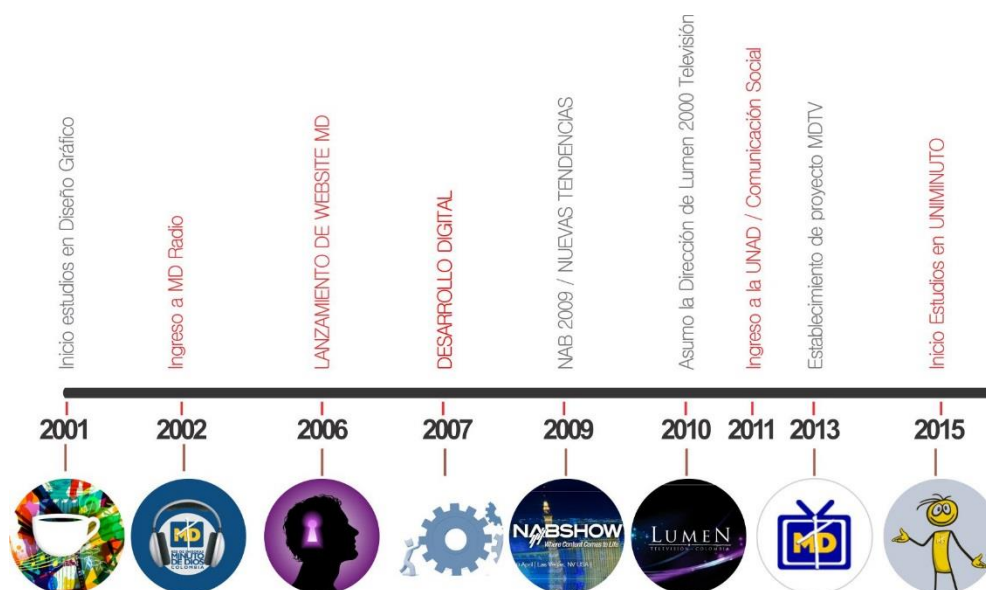


Ilustración 1 - Línea de Vida - Diseño Julio Vargas

En esta línea se ubica cada experiencia que ha marcado mi camino profesional e inician las reflexiones en torno al recorrido vivido, de allí surgen los elementos principales de los que debo partir para diseñar esta primera fase de la sistematización.

Con la claridad de tener identificados los momentos más significativos en mi línea de vida, inicié la construcción de la matriz de experiencias, una herramienta de clasificación de la información que me permite organizar de manera cronológica tanto mi experiencia como los aprendizajes de la

misma y ponerlos en relación con el contexto.

Momento Profesional	Proyectos realizados (breve descripción)	Actores involucrados	Contexto local y nacional - Internacional	Acciones significativas de esta experiencia (desde lo personal)	Aprendizajes Significativos (transformaciones desde los académico y/o profesional)
2001 Inicio mi estudio como Diseñador Gráfico	Inicio de clases teorías de la imagen y reglas		Explosión de la burbuja punto com - como punto de partida para el desarrollo de iniciativas.	Los procesos básicos de composición. creación de identidad	Acercamiento a la comunicación desde el aula
2002 Ingreso a la radio	Operador de audio.	Nilson Torres	Pastrana entregaba cargo Llego el dr Uribe	Parrilla de programación. Medio masivo. Presentación en vivo Producción radial	Inicio en los medios de comunicación.
2004 Lanzamiento del website	Planeación, publicación y actualización diaria del web site de la emisora 107.9fm bogota	Nilson Torres	Nacimiento de conceptos y plataformas contexto historico internacional	Desarrollo desde 0 de un web site web 1.0 Programación, planificación y tipos de cuentas Streaming	Descubrir el backend
2008 Gestión de desarrollo digital	Generar proyectos para posicionar el CCCMD como pionero en proyectos de evangelización on line		Ministerio nacional de educación	Planeación y desarrollo Gigantes de internet NAB show	Trabajo con cibercomunidades
Lumen 2000 - 2010	Manejo de las herramientas Desarrollo del proceso audiovisual	Nilson Torres	Contexto: Ola invernal	Comunicación audiovisual Ejercicio de producción Diseño de piezas audiovisuales	Inicio de la producción audiovisual
2013 - Minuto de Dios TV	Establecer el canal		El Tiempo – La era del 4G	Me ratifica la idea que traía de LAS VEGAS 2009, la transformación absoluta de la industria y las lógicas de producción. Trabajo colaborativo en línea Capacitaciones YouTube	Transformaciones tecnológicas y mercados emergentes
2016 -	Motivación hacia la transformación			Tuvo una repercusión	Comunicación social para el desarrollo y

UNIMINUTO	desde la educación			personal Teorías transformadoras	cambio social
-----------	--------------------	--	--	-------------------------------------	---------------

Gracias a esta matriz de experiencias logré identificar a Nilson Torres, gerente de la Corporación Centro Carismático Minuto de Dios, como un personaje recurrente y de vital importancia para toda mi carrera en esta organización, fue por esto que el sr. Torres fue la persona elegida para realizar una de las entrevistas que me revelara algunas de las necesidades desde el punto de vista de la organización el Minuto de Dios por las que yo había desarrollado los diferentes proyectos y la importancia de estos mismos para el objetivo general de la Iglesia católica de evangelizar.

Posterior a esto y basado una vez más en la matriz de experiencias ya construida el paso a seguir fue iniciar con la escritura del documento, para esto, el relato está construido desde el relato auto-etnográfico, un método de investigación cualitativa que busca que el autor describa de manera paralela el relato personal y el relato del contexto social y cultural. En este sentido me resultó muy favorable valirme del relato desde la auto-etnografía, ya que como lo describe Blanco (2012) "la auto-etnografía amplía su concepción para dar cabida tanto a los relatos personales y/o autobiográficos como a las experiencias del etnógrafo como investigador —ya sea de manera separada o combinada— situados en un contexto social y cultural" (p.55).

En la segunda parte de esta sistematización se presenta un capítulo en el que se refleja la articulación de los aportes desde la academia con la práctica de la comunicación social desde mi experiencia. Es una propuesta general que sirva a los lectores como herramienta en la implementación de sistemas de medios digitales, ya sean personas, profesionales o instituciones interesadas en esta clase de iniciativas.

Este escrito se desarrolla partiendo de una aserción que busca validar una idea, esta es la estructura:

ASERCIÓN: La comunicación comunitaria y la implementación de sistemas de medios digitales pueden ser claves en el éxito de proyectos que promuevan desarrollo social.

DATOS: La comunicación participativa busca establecer procesos en lo que las comunidades logren dar solución autónoma a sus propias necesidades. La implementación de sistemas de comunicación digitales es el canal de difusión más efectivo en términos de Globalidad, Inmediatez y Costos. La idea de comunicación comunitaria acompañada del conocimiento y manejo de plataformas digitales construyen un motor para la implementación de proyectos autosostenibles.

GARANTÍA: Se debe trabajar por promover el desarrollo social en algunas poblaciones de nuestros países latinoamericanos.

RESPALDO: Según Jorge Iván Bonilla “una de las funciones de la comunicación es la de visibilización de la democracia y de todos sus ciudadanos”

CONCLUSIÓN: La comunicación comunitaria y la implementación de sistemas de medios digitales pueden ser claves en el éxito de proyectos que promuevan el desarrollo social.

Este escrito hizo parte de los documentos que guiaron la consolidación del proyecto que permitiría la implementación de sistemas de medios digitales en un grupo piloto de colegios públicos en la localidad Rafael Uribe en Bogotá; proyecto que se consolidó en el segundo semestre de 2016 y se llevará a cabo durante el segundo semestre de 2017, (de acuerdo a lo indicado por las directivas de estos colegios distritales).

El tercer capítulo es el recuento a manera de diario de campo o bitácora que nos narra el modelo de trabajo aplicado con los alumnos del colegio Gustavo Restrepo. Trabajo que terminó en la consolidación del proyecto que busca establecer un sistema de medios digitales que remplace el antiguo modelo de emisora escolar administrados por el grupo de grado decimo de este colegio público de Bogotá.

Este capítulo describe cómo a la luz de las teorías de modelos metodológicos en educación y conceptos claves de las teorías del cambio social, los miembros de la comunidad educativa de esta institución han descubierto un modelo que les resulta favorable en la consecución de los objetivos propuestos frente a sus necesidades.

En este capítulo también recuperamos información a través de la entrevista con la profesora Deisy Cifuentes, docente del área de español del colegio Gustavo Restrepo y encargada por la institución de liderar el proyecto de radio escolar.

Se utiliza el modelo de cuaderno de bitácora considerando a este como un elemento y una práctica educativa, así como un objeto de investigación que no está directamente vinculado a las matrices de sentido de la escolarización y por tanto tampoco a sus resultados.

Como lo afirmaría Kevin Morawicki “La figura de la “bitácora”, alude a un mueble que se ubica en la cubierta de los barcos, próximo al timón, donde se coloca la ‘aguja de marear’ (una brújula). El cuaderno es el libro donde se anota la velocidad, rumbo, maniobras y otros accidentes de la navegación. Un registro que, al fin de cuentas, simboliza las distancias entre el recorrido intencional planificado por la ‘carta de navegación’ y el efectivamente recorrido. En este sentido, hacerlo puede ser considerado una forma de navegación configurada por múltiples velocidades, rumbos y contra rumbos, golpes de timón y maniobras más amplias” (Morawicki 2007:34).

Así como la bitácora en el ámbito de la navegación se usa para comparar los recorridos planeados, versus los recorridos efectivamente hechos, esta bitácora del tercer capítulo busca contrastar la implementación de medios digitales propuesta en el capítulo 2 con la aplicación real de los mismos desarrollando el trabajo basado en la aplicación de la experiencia resumida en el primer capítulo.

CAPÍTULO 1. HISTORIA DE VIDA

Inicio mi estudio como Diseñador Gráfico

En el primer semestre de 2001 inicié el programa técnico en Diseño Gráfico con el apoyo de mis padres, en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN de Bogotá. El programa tenía una duración de 6 semestres y ofrecía la posibilidad de aprender conceptos sobre imagen y composición, manejo de herramientas para la creación o edición de imágenes y el desarrollo de marcas. Este sin reconocerlo en aquel entonces, sería mi primer acercamiento a la comunicación.

Ciertamente hay que recordar que fue una época de transformación para toda la industria gráfica, así mismo, empezaba a surgir a paso lento una gran convergencia en los medios de comunicación debido a la llegada masiva de la conectividad a internet y la expansión de la gran World Wide Web.

En 2001, la industria de la artes gráficas en Colombia llegaba a un punto de quiebre debido a las diferentes transformaciones tecnológicas del momento. La fotografía digital se había establecido por completo y el rollo (película), el revelado, la ampliación y los negativos eran términos que iban desapareciendo poco a poco. La impresión tipográfica cada vez se hacía más costosa y menos eficiente para la demanda, la impresión digital en gran formato llegaba a su plenitud, desplazando por completo la aerografía, otras artes y formas de empleo. La fotomecánica se convertía en un procedimiento cada vez más obsoleto gracias al CPT que ofrecía el mismo resultado en menos de la mitad del tiempo, reduciendo costos, procesos y desechos contaminantes.

Reconocer el diseño gráfico como un oficio profesional dentro de la comunicación, con sus propias reglas y códigos, abrió mi mente y de alguna manera me transformó el pensamiento y despertó mi sensibilidad artística. Esta experiencia sin duda trascendió en mi vida y transformó en mí, la forma de ver e interpretar la realidad.

El principal aprendizaje de esta experiencia de formación en diseño, radicó en el reconocimiento de la construcción de identidad, es decir, el conocimiento que adquirí para dejar plasmada una idea en el imaginario de las personas. Es gracias al diseño gráfico que puedo establecer un diseño de marca que capte la esencia de una organización, proyecto o iniciativa. Al crear una imagen y a través de su exposición al público en general, este símbolo queda grabado en la memoria desde una configuración de formas y colores, siendo entonces la manera en que hago uso de la imagen como elemento comunicativo.

Para dar continuidad a mis estudios, debía conseguir trabajo porque el acuerdo con mis padres era recibir su apoyo para el primer semestre y yo, en adelante, debía buscar los medios económicos para terminar la carrera. Bogotá para este año contaba con una tasa de desempleo de al menos el 14.5% según estadísticas oficiales del Banco de la República; de manera que cualquier trabajo era bienvenido. Sin embargo siempre guardé la esperanza de poder ejercer el diseño gráfico o trabajar en una empresa acorde con la profesión o la industria gráfica.

Mi padre me ayudó a conseguir una oportunidad laboral pero me pedían tener conocimientos mínimos en el manejo de equipos de radiodifusión. Por esta razón, mi hermana habló con su jefe para solicitarle que me permitiera asistir en un horario definido a la Emisora en que ella trabajaba, esto con el fin de aprender este oficio.

Ingreso a la Radio

Fue así como empecé a aprender todo lo relacionado con radio. Al principio todo era nuevo para mí, debido a que nunca había tenido acercamientos con el universo de la radio y mucho menos con un medio de comunicación. Aprendí entre otras cosas, el rigor de los tiempos, la lógica de una secuencia de programación, el valor de los segundos al aire, la importancia de la preproducción y una cantidad innumerable de elementos que me dejaron descubrir que la comunicación y en especial

la radio, era más de lo que yo había concebido hasta aquel entonces. Este fue mi oficio durante tres semanas: asistir puntualmente a los turnos, colaborar en lo que me fuera posible, pero sobre todo aprender y desarrollar habilidades que me ayudaran a quedarme con el trabajo que mi padre había conseguido para mí en otra estación radial.

En la tercera semana de aprendizaje, uno de mis compañeros me solicitó reemplazarlo en su turno de la noche para asistir a una reunión familiar, pues él no podía porque estaba programado para trabajar ese día en el último turno y la persona encargada de hacer los reemplazos se encontraba temporalmente de vacaciones. Yo acepté ayudarlo con la autorización del director: el señor Nilson Torres. Esta fue la primera vez que estuve a cargo del control máster de la emisora.

Al cabo de un par de semanas más, me ofrecieron trabajo como operador supernumerario. Aunque el salario por el trabajo era el que yo necesitaba, no me pude negar porque sentía que les debía la oportunidad y siempre me sentí muy cómodo trabajando con este equipo. Fue así como la oportunidad laboral que había conseguido mi padre pasó a un segundo plano y empecé a trabajar con la Organización El Minuto de Dios (OMD).

Ya establecido en mi rol de operador, durante uno de los turnos conocí al padre Diego Jaramillo Cuartas, presidente de la Organización El Minuto de Dios. El padre llegó a la estación de radio a realizar su programa de la tarde, entró al master, se presentó y me dijo que le alegraba tenerme como un nuevo hijo e integrante de su equipo de trabajo. Tuve la fortuna de compartir con él un par de palabras antes de su entrada a la cabina. Debo resaltar que desde el principio el padre Diego se mostró muy amable y muy interesado por hacer sentir como en casa a sus colaboradores de la obra Minuto de Dios y hasta hoy, esto sigue siendo un elemento fundamental de la filosofía que prima en la mayoría de las entidades de la Organización.

En el contexto cultural y social de ese entonces, una de las noticias que circulaban con relación a la capital del país, era el estallido de un carro bomba en el barrio Restrepo. Tal y como lo comunica

Semana (2003):

“Los primeros heridos reportados por las autoridades son un auxiliar de Policía que llegaba a prestar servicio en Transmilenio y una señora que transitaba la zona al momento de la explosión. Ambos resultaron "levemente lesionados", señaló el comandante de la Policía Metropolitana de Bogotá, general Jorge Daniel Castro.” (p.1).

A partir de este hecho y de mi reciente inmersión en la radio, nació en mí la inquietud de lo que podría hacer el periodismo y la comunicación social para contribuir de alguna manera con el restablecimiento del orden y el empoderamiento en las comunidades luego de situaciones como esta.

Con el tiempo, fui tomando experiencia en el control master y empecé a presentar canciones en directo y a participar en programas en vivo. Gracias a esto me fue asignado un espacio todos los sábados en las noches que llamamos: Al Aire, la que vino a ser mi primera experiencia radial. Esto me llevó sin duda a vivir de cerca el mundo de la radio, el contacto con las personas (oyentes) y la respuesta que se logra del público desde un medio de comunicación masivo. El programa radial se mantuvo al aire por algo más de dos años.

Con esta experiencia me percaté que la radio, como un medio de comunicación, resalta el poder y la capacidad que tenemos los humanos para crear mundos en nuestro imaginario. En este sentido, al ser transmitida una noticia y más aún, el modo en que se transmita, es determinante en las personas que forman parte de la comunidad; pues tomarán una posición respecto al mensaje y será su elección la manera en que responden.

Teniendo en cuenta que la manera en que se transmite un mensaje tiene una importante connotación en el modo en que es interpretado, comunicar no se puede comprender como un mero hecho de reproducción de la información, sino al contrario debe ser comprendida como un proceso eficiente que contribuye al cambio. Por ende, el ser comunicador social requiere consciencia del

papel social y del poder que tiene su profesión en la construcción de la realidad.

Un par de meses después, la red de emisoras Minuto de Dios preparaba el lanzamiento de su Club de Amigos, un programa de fidelización creado para los oyentes que contribuían con donaciones económicas para el sostenimiento de la radio. Para este tiempo yo cursaba mi tercer semestre de Diseño Gráfico, de manera que me fueron solicitadas algunas propuestas de diseño para la campaña y el brochure de presentación comercial de la red de emisoras.

Aunque debo reconocer que no tenía muy claro lo que debía hacer en principio debido a la inexperiencia, acepté la oportunidad esperando que me reconocieran como un trabajador integral que podía satisfacer necesidades, no sólo desde la cabina de control master sino desde la comunicación gráfica y fue así como empecé a trabajar tanto en la radio como en el diseño de identidad corporativa para la emisora Minuto de Dios. Esto me llevó en poco tiempo a conocer las actividades de la Corporación Centro Carismático Minuto de Dios (CCCMD) y a reconocer sus dinámicas en las diferentes áreas de la evangelización, que es su actividad principal.

Para el 2003, según la comisión de regulación de Telecomunicaciones, un 6.9% de los Colombianos tenía acceso a Internet, frente al 4.6% del año anterior. Seríamos el segundo país en Latinoamérica con más crecimiento en la penetración en conectividad, razón por la que estábamos convencidos que Internet empezaba a permear toda realidad empresarial en Colombia.

Basado en esta realidad, el sr Nilson Torres sugirió que deberíamos girar la mirada hacia el internet como durante la entrevista para la construcción de este documento indicó: "Para la organización el Minuto de Dios, desde las áreas encargadas de la evangelización siempre ha sido una prioridad la difusión de la buena nueva de Jesucristo en todas las plataformas disponibles para los miembros de la iglesia. Una vez se despertó la conectividad en nuestro país para nosotros fue primordial poder ofrecer nuestra experiencia de espiritualidad a todas las personas que no tuvieran la oportunidad de conocer la experiencia Minuto de Dios, es por esto que vimos en el internet el

futuro de nuestra oferta de servicios." (Fragmento tomado del Anexo 01 Entrevista Nilson Torres), y si bien la radio estaba conectada con tecnología satelital, la señal que se codificaba y subíamos al satélite, sólo la podrían obtener las personas que contaran con una antena receptora de señal satelital y un decodificador satelital. Estos eran equipos sofisticados con los que contaban apenas las grandes cadenas radiales del país. Frente a esta necesidad, el señor Torres me solicitó empezar a investigar, aprender y desarrollar todo lo que estuviera en nuestras manos referente al manejo de internet como una nueva herramienta para nuestro ejercicio de evangelización, debido al protagonismo que tomaba y de acuerdo con Carlos Scolari (2008):

“Las tecnologías informáticas en general y las comunicaciones digitales en particular han dado lugar a muchas conversaciones. En los últimos quince años parecería que no se hubiera hablado de otra cosa: hipertextos, interfaces, simulaciones, virtualidades e interacciones han entrado a formar parte de nuestras charlas cotidianas. Desde la aparición de la World Wide Web los investigadores de la comunicación de masas han introducido en sus conversaciones decenas de conceptos de origen digital y se han visto casi obligados a incorporarlos en sus agendas de investigación.” (p.34).

En la radio descubrí el poder de los medios para amplificar una opinión, el impacto que tiene una expresión en un medio, la masificación de una idea. En este sentido, me era sencillo reconocer cómo a medida que yo decía algo al aire eso implicaba que los teléfonos no pararan de sonar durante más de veinte minutos, y precisamente es este conocimiento el que me ha ayudado a comprender cómo utilizar adecuadamente el tono en la comunicación puede ayudar a generar cambio social desde de mi labor profesional.

Lanzamiento Website del Minuto de Dios

Con el lanzamiento del Website comenzó toda una nueva etapa en mi vida laboral. Si bien no abandoné mis funciones en la radio ni como diseñador gráfico, tuve que empezar a buscar

momentos, espacios y personas que me ayudaran en mi proceso de construcción de la ventana IP que el padre Diego Jaramillo y don Nilson Torres me solicitaron desarrollar. Para este tiempo, el padre Diego había recibido una donación de una empresa aliada que nos cedía un espacio de Hosting de manera gratuita en una plataforma Windows server, razón por la que mi formación inicial en programación, edición y escritura de código se dio en el lenguaje asp.net, un framework para aplicaciones web que hoy en día es ya obsoleto y totalmente desconocido para muchos programadores.

Para este tiempo se vivía la etapa que se conoce como "Internet 1.0", con resoluciones de pantalla de 800 x 600 píxeles, extensas líneas de código HTML básico, velocidades en el tráfico de datos muy bajas y con una latencia demasiado inestable. El internet en esta primera etapa buscaba principalmente desarrollar experiencias innovadoras para los usuarios que buscaban descubrir en la navegación un nuevo medio lleno de sorpresas inmersas en la idea de interacción y oportunidades de expandir la información.

Debido a la escasez recursos, debí asumir la tarea como única persona a cargo del proceso de implementación IP para la Emisora Minuto de Dios. Dirigí el proceso de diseño y el desarrollo del sitio web, la publicación, actualizaciones y la creación de contenidos de manera diaria.

Esto me ayudó a comprender rápidamente y de manera clara, lo que la audiencia buscaba en nuestra emisora, lo que querían ver, lo que esperaban obtener como contenidos adicionales y las experiencias que generalmente ligaban a nuestros oyentes con nuestra estación de radio.

Uno de los objetivos principales para la Emisora Minuto de Dios en Bogotá, según la solicitud del señor Torres, era implementar el sistema de Real Audio. Para Nilson teníamos audiencia internacional que era momento de recuperar, él afirma “A nivel de la RCC latinoamericana, la espiritualidad de minuto de Dios se destaca y cuenta con un reconocimiento, por esta razón, sabemos que son muchas las personas de Colombia a las cuales no podemos llegar con

nuestra señal de radio o con nuestras publicaciones impresas. El real audio se presentó como la oportunidad de tener nuestra oferta en todo el planeta, es por esto que siempre vimos en la transmisión vía streaming una solución para nuestras limitaciones de cobertura, así como un elemento que nos permitiría llevar nuestra oferta en internet a otro nivel.”(Fragmento tomado del Anexo 01 Entrevista Nilson Torres) Esto con el fin de llegar a todo el planeta y unir oyentes en todo el mundo, de manera que me ví en la tarea de desarrollar un sistema que nos permitiera subir y distribuir nuestra señal, sin la implementación de un servidor local. Apoyados en Windows Media Server, encontramos la manera de subir nuestra señal y para el primer semestre de 2004 contábamos con un sistema de real audio que posteriormente fue implementado en las emisoras Minuto de Dios de Barranquilla y Cartagena por su buen servicio, bajo costo y facilidad de manejo.

Para ese entonces, en el contexto cultural y social del mundo de la tecnología, se informó que las comunicaciones inalámbricas serían el nuevo auge en el mundo del internet. En palabras del periódico El País (2004), en su artículo: *El futuro es 'Wi-Fi'*:

“Un grupo de altos ejecutivos de la industria tecnológica reunidos junto con los representantes de las más importantes carteras de capital riesgo ha asegurado que la siguiente fase de crecimiento de Internet pasa por el desarrollo de las comunicaciones inalámbricas. Aseguran además que "estamos probablemente en la adolescencia de este mundo de Internet" y auguran, por ejemplo, una explosión de la conectividad de las áreas rurales gracias al 'Wi-Fi'.” (p.1).

Siendo así, que el mundo entero y por ende los mismos medios de comunicación estaban en medio de una revolución, llegar a más oyentes, a más público, a más personas, era mucho más fácil gracias a los avances tecnológicos. Pero ¿cómo se relacionaba este acontecimiento con la relación entre la comunicación social con el cambio social?

Esta pregunta que me surgió encuentra su respuesta en lo que Calmon (2009) nos comparte en su artículo titulado: *Impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina*:

“Hay un claro proceso de desintermediación: los individuos ya no dependen solamente de los periodistas para saber y ser escuchados. Tienen el control: ven, escuchan, dicen lo que quieren cuando y donde quieren. El periodismo dejó de ser monopolio de los periodistas, de las empresas de medios. Cualquier persona puede crear un medio. Pero no es el fin del periodismo; al contrario, es el comienzo de una nueva era, que da mucha esperanza en la democratización de la información.” (p.6).

Esta fue la etapa de mi recorrido profesional y experiencial en la que sin duda alguna comprendí completamente la relación existente entre el Periodismo y la Comunicación Social con el Cambio Social.

A través de la web, aprendí que el comunicador debe ser adaptativo, en el sentido en el que tiene que moverse en muchos contextos, medios y plataformas para ser profesionalmente integral, esto se da a través de la interconectividad y el uso de internet. Hay que verlo como un ecosistema al que el comunicador tiene que adaptarse, resaltando la importancia desde luego de la creación de contenidos audiovisuales para internet. En este mismo sentido, gracias a esta experiencia y al conocimiento de diferentes herramientas, considero que se abrió para mí un mundo inimaginable de posibilidades en términos de globalidad en la comunicación y de retroalimentación directa e inmediata con los usuarios.

Gestión del Desarrollo Digital

Un par de años más tarde gracias al apoyo de Nilson y el Padre Diego, quienes decidieron promoverme, abandoné mis funciones como operador de audio y presentador de programas radiales para dedicarme al diseño gráfico y a mi rol como webmaster. De esa manera iniciamos el desarrollo

de nuevos sitios web para otros servicios que ofreciera la CCCMD como Librerías MD o la Casa de Retiros Shalom entre otras nuevas páginas.

La Emisora Minuto de Dios contaba con un sitio web que prolongaba la experiencia de la radio y la transmedializaba con contenidos adicionales e información de interés, contrario al sitio web de la casa de retiros que era una plataforma de conversión de negocios que buscaba vincular a posibles clientes interesados en un sitio para un evento social, empresarial, familiar o asistir a uno de los retiros espirituales que ofrece la casa. Estos dos Websites no tendrían nada que ver con el “catálogo virtual” que pretendía ser el sitio de la Librería Minuto de Dios, en el que debíamos ampliar la información de la literatura religiosa de nuestra editorial y todo el material multimedia (música, predicaciones en audio, conferencias en DVD, etcétera) buscando crear nuevas experiencias entre los usuarios, los clientes y nuestros productos.

Puedo decir que en esta etapa aprendí que todo producto para internet debe tener una meta bien definida y debe ser 100% coherente con su objetivo principal. Por obvio que esto suene, sólo de esa manera debe ser desarrollado cada detalle del sitio web: el contenido, la funcionalidad y la estrategia, evaluando el proyecto desde varias perspectivas y con un plan de contingencia en caso que aumente o disminuya la respuesta del público.

A mediados del año 2008, el Ministerio de Educación Nacional hablaba de más de 17 millones de colombianos conectados a internet. Era una realidad a la que debíamos atender como medio de comunicación, razón por la que el padre Alberto Linero, entonces el director de las Emisoras Minuto de Dios Regional Caribe, tenía la intención de trabajar en el desarrollo de nuevos proyectos digitales de evangelización. Para este momento me dedicaba exclusivamente al manejo web de CCCMD, razón por la que en esta oportunidad fui convocado por el equipo de trabajo. Me desplazé junto con mi familia a vivir en la ciudad de Cartagena y de la mano del padre Alberto, desde allí creamos proyectos que buscaban fidelizar a nuestra audiencia y surgieron nuevas ideas que complementaron nuestra oferta de evangelización a través de internet. Esta fue una época

maravillosa en donde pude dimensionar el alcance que podría tener el trabajo de una sola persona desarrollando completos sistemas de medios y difundiendo estos en línea.

La etapa 1.0 en internet estaba llegando a su fin y se imponía la construcción conjunta y colaborativa, los usuarios cada vez querían ser más partícipes y protagonistas de lo que sucedía en internet, razón por la que decidimos desarrollar cibercomunidades 2.0 en las que los usuarios se comprometían como evangelizadores activos con la difusión de diferentes archivos, imágenes, presentaciones o documentos que preparábamos desde CCCMD.

Con estas cibercomunidades tuvimos éxito en ampliar el círculo de contactos en la red a nivel latinoamericano, también logramos fidelizar a nuevos seguidores llevándolos a descubrir nuestra oferta en la red. Desde entonces, el trabajo colaborativo ha sido una pieza clave en el desarrollo de nuevas propuestas. Cabe destacar que como lo expresa el profesor Carlos Scolari (2008) “El campo discursivo cibercultural integra relatos de ficción, discursos teóricos, prácticas contraculturales, perspectivas utópicas, ansiedades posmodernas y estrategias de mercadotecnia dentro de una misma red de conversaciones.” (p.133).

Aquí se hace necesario reflexionar como a través de la lectura atenta de varios documentos, se concibe a las cibercomunidades como un nuevo escenario para el cambio social. Resalto el artículo: *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo*, cuya autoría es de Gumucio Dagron (2011):

“El aspecto fundamental en la comunicación alternativa es la apropiación de los medios. Esto no quiere decir —aunque hubo casos— que los medios privados fueran tomados por asalto. El sentido de “apropiación” debe entenderse como un modo de desarrollar la capacidad propia, comunitaria y colectiva, de adoptar la comunicación y sus medios como un proceso coadyuvante de las luchas sociales” (p.12).

Por otra parte, en la ciudad de Barranquilla se empezaba a trabajar el video streaming, con una

producción mínima y emitiendo un par de horas al aire. La emisora Minuto de Dios de Barranquilla inició el ejercicio de la WebTV. Mi participación en este proyecto consistió principalmente establecer el canal de streaming, que implementé con las mismas características de los real audio (con un bajo costo y pocos requerimientos técnicos locales), también estuvo a mi cargo el almacenamiento de archivo en video. Debido a que no contábamos con servidores para esta tarea busqué las mejores opciones gratuitas para esto en la red pero era muy limitada la oferta, así que decidí crear una cuenta en Youtube, una plataforma en desarrollo dedicada al VOD adquirida cerca de un año atrás por Google Inc.

Debido al enorme potencial de esta herramienta, me concentré en desarrollar y subir nuevos contenidos en este canal, con el objetivo de optimizar la oferta. Junto al padre Alberto Linero y Nilson Torres, decidimos llamarlo Minuto de Dios TV, convertido en el canal oficial de contenidos de la Organización El Minuto de Dios. Para este semestre Google recién se había establecido en Colombia y Youtube aún trabajaba con cuentas exclusivamente en los EEUU.

Con esta experiencia aprendí que al desarrollar un producto en internet se debe trabajar con las grandes empresas, debido a que estas no sólo tienen servidores robustos, sino también el soporte técnico que necesitan. También gracias a ellos, contamos con desarrolladores optimizando a diario la oferta, beneficios que son importantes en el desarrollo de un proyecto digital.

De alguna manera esta experiencia con Youtube me demostraba que la industria de la producción audiovisual se acercaba a una transformación profunda, así que mi interés ahora estaba fijado en aprender producción de contenidos audiovisuales. Me llamaba la atención que los videos “caseros” y sin grandes equipos de producción cada vez tenían una mejor aceptación en los usuarios, pero sabía que para desarrollar buenas piezas audiovisuales debía reconocer las técnicas y las teorías propias de este oficio, en palabras del director Michael Rabiger (2005):

“Como contribución a la aceleración de este proceso, los equipos de vídeo digital y la

postproducción a través de ordenadores parecen haber revolucionado la producción visual en general y el documental en particular. El futuro no puede presentarse más esperanzador para los cineastas independientes.” (p.8).

Fue por esta razón que Nilson Torres decidió invitarme a participar de NAB Show en la ciudad de Las Vegas en 2009, buscando ampliar mi perspectiva frente al campo de la producción y buscando conocer las últimas tendencias en producción de contenidos ya que como él lo afirma: “para la organización Minuto de Dios es importante trabajar en la formación humana, es por esto que las personas que desarrollan proyectos y administran los recursos técnicos tienen la misión de estar actualizados con las herramientas de hoy. NAB SHOW está consolidado como el evento del año en cuanto a técnica en producción de medios, es lo que llaman la meca de los productores de radio y tv en el mundo, es por esto que aquí no solo se ofrece la posibilidad de que los funcionarios reconozcan los avances tecnológicos y los cambios de las tecnologías, sino que les permite contactarse de primera con personas pertenecientes a todas las áreas de la industria del entretenimiento para ampliar el círculo y reunir una experiencia más robusta en el mundo de la producción.” (Fragmento tomado del Anexo 01 Entrevista Nilson Torres)

NAB Show es considerada la feria más importante en el mundo de la producción de medios de comunicación, reúne año tras año a productores de industrias digitales dedicadas a la comunicación en todo el mundo. Allí las grandes marcas hacen sus lanzamientos, presentan al público los últimos adelantos tecnológicos y se hace un recorrido por toda clase de tecnologías y flujos de trabajo para empresas de todos los tamaños.

Lo más importante que descubrí en esta feria, fue que todas las dinámicas de producción empezaban a ser transformadas: los equipos de iluminación halógenos estaban siendo reemplazados por pequeñas luces LED que consumen mucho menos de la mitad de la energía, las engorrosas cintas de grabación eran reemplazadas por pequeñas y efectivas tarjetas de memoria en estado sólido, las complejas conexiones pasaban de emitir pequeños impulsos eléctricos análogos a

grandes cantidades de datos digitales en tiempos insuperables y las grandes cámaras de Televisión estándar perdían protagonismo frente a pequeñas cámaras DSLR y otras cámaras digitales con resoluciones en Full HD.

Definitivamente era un mundo que se estaba reinventando y para mí, lo más valioso fue descubrir que se podía hacer producción de tv con una serie de recursos limitados apuntando a un objetivo global a través de las herramientas que nos ofrece la web.

Posterior al viaje, durante el resto del 2009 me dediqué nuevamente a la auto formación, aprendí a grabar, iluminar, editar y publicar contenidos en línea. Me involucré progresivamente en el mundo de la producción y el lenguaje audiovisual.

Ingreso a Lumen 2000

En enero del 2010 con su confianza puesta en mi trabajo, el Sr Torres con el aval del Padre Diego Jaramillo, me nombró oficialmente director de la Corporación Lumen 2000, nos ubicó en una casa que tuvimos que adecuar entre nosotros y contrató a un par de personas más para que iniciáramos el último esfuerzo que se haría por levantar esta empresa de la OMD antes de su inminente cierre.

La productora de Televisión de El Minuto de Dios es importante para el propósito de la organización como lo dice Nilson “Para el Minuto de Dios siempre ha sido fundamental la transmisión de mensajes en formato audiovisual como un poderoso medio para evangelizar la buena nueva de Jesucristo. Desde las misas dominicales, pasando por conferencias y predicaciones en DVD hasta la elaboración de piezas argumentales, seriados para internet y dramatizados, la televisión, el cine y el video siempre serán fundamentales para el ejercicio de la comunicación. Por esto el padre Diego Jaramillo fundó en 1987 esta productora que hoy a pesar de grandes cambios en las tecnologías de la producción y distribución de contenidos y el boom de la producción audiovisual sigue llevando mensajes positivos que pretenden acercar a las personas al evangelio de

Jesús. De manera que es de vital importancia para el Minuto de Dios en su plan de evangelización poder articular la necesidad de producir contenidos en video que atiendan la necesidad de consumo audiovisual que las redes sociales hoy han generado en las nuevas audiencias.” (Fragmento tomado del Anexo 01 Entrevista Nilson Torres).

Allí empezamos a trabajar personas que apenas iniciábamos formalmente en este campo, pero con la mirada puesta en la digitalización, no solo de los contenidos ya existentes sino también de la conversión de la tecnología análoga a la digital en todos los flujos de trabajo propios de Lumen 2000 TV.

Nuestro primer reto profesional, ahora como el equipo encargado de la producción audiovisual, fue hacer el cubrimiento de la tragedia que sufrió Colombia debido a la ola invernal del 2010 como consecuencia del fenómeno de la niña. Estas imágenes las produjimos con el fin de mostrar cómo el agua afectó viviendas, familias y poblaciones enteras, buscando sensibilizar al país a través del espacio El Minuto de Dios. Con esto pretendíamos invitar a la ciudadanía a que se uniera activamente a las campañas de ayuda que adelantaban diferentes instituciones.

Debido a la naturaleza de la Organización El Minuto de Dios, Lumen debía atender dos frentes: proyectos sociales que buscaban aportar a las comunidades vulnerables en nuestro país y debía producir contenido de carácter evangelizador que nos ayudara a anunciar a Jesucristo a través de nuestro canal en internet. Por esto el trabajo siempre ha estado marcado por un trasfondo de credibilidad que nos distancia enormemente de la producción de contenidos de entretenimiento.

A finales de 2010, tuve la oportunidad de realizar un viaje de producción por zonas alejadas en el departamento del Chocó, al occidente de Colombia, en esta producción debíamos hacer un recuento del trabajo con las Escuelas de Perdón y Reconciliación llevadas a cabo durante ese año con víctimas de la violencia paramilitar en la zona del bajo Baudó. En este viaje estuve encargado de toda la producción técnica. El proyecto se desarrolló para la Fundación para la Reconciliación y

fue financiado por el programa Cimientos de Usaid.

En este sentido, en cuanto al Cambio social a través de la Comunicación Social es de resaltar que ahora que realizo este ejercicio de sistematización y por lo tanto que reflexiono acerca de esta experiencia en particular, fueron tenidas en consideración y aplicadas las principales premisas de la comunicación para el cambio social:

a. la sostenibilidad de los cambios sociales es más segura cuando los individuos y las comunidades afectadas se apropian del proceso y de los contenidos comunicacionales. En estos talleres de reconciliación las comunidades eran encargadas de formar su relato, ellos querían ser su propia voz y por esto en campo cambiamos la manera de contar la historia.

b. la comunicación social, horizontal y fortalecedora del sentir comunitario, debe ampliar las voces de los más pobres, y tener como eje contenidos locales y la noción de apropiación del proceso comunicacional. En esta serie de videos producidos para USAID nuestro principal objetivo fue contar la historia desde las vivencias de las personas y sin destacar el papel de las entidades por encima del de la comunidad.

c. las comunidades deben ser agentes de su propio cambio y gestoras de su propia comunicación. A partir de este proceso algunos miembros de la comunidad en Unguía - Chocó se apropiaron de la casa de la cultura y con ella iniciaron el proceso de escuela audiovisual.

d. en lugar del énfasis en la persuasión y en la transmisión de informaciones y conocimientos desde afuera, la ccs promueve el diálogo, el debate y la negociación desde el seno de la comunidad. Este es el punto más relevante, ya que considero que cuando llegamos a hacer este trabajo solo llevábamos la intención de registrar una historia, pero la comunidad tuvo tan buena aceptación que se pudo consolidar un ambiente de diálogo en donde pudimos transformar el guión y cambiar totalmente el sentido del relato sin afectar a ninguna de las partes, llevando una muestra clara de lo que sucedió en los talleres del perdón y la reconciliación.

e. los resultados del proceso de la ccs deben ir más allá de los comportamientos individuales, y tomar en cuenta las normas sociales, las políticas vigentes, la cultura y el contexto del desarrollo. f. la ccs es diálogo y participación, con el propósito de fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la palabra y el fortalecimiento comunitario. En este caso especial este proyecto llevó a la unión de varios de sectores del municipio, de la misma forma se tuvieron en cuenta las voces de comunidades indígenas cercanas para no excluir a nadie de los resultados del proceso.

g. la ccs rechaza el modelo lineal de transmisión de la información desde un centro emisor hacia un individuo receptor, y promueve un proceso cíclico de interacciones desde el conocimiento compartido por la comunidad y desde la acción colectiva.” (Gumucio Dagron, 2011, p.13). Aunque este proyecto audiovisual seguía la idea de mostrar resultados y esto en esencia no se transformó, este trabajo logró por un momento construir desde los integrantes de la comunidad un relato y gracias a esto la comunidad tuvo el acercamiento a la producción de mensajes desde los medios de comunicación alternativos.

Durante ese y el año siguiente tuvimos el privilegio de seguir desarrollando proyectos sociales para nuestro sostenimiento económico así como proyectos de iglesia para llevar adelante la misión de Lumen 2000 de promover el evangelio a través de la televisión. Esto nos permitió aprender más acerca de la producción y sobretodo acerca de la narrativa audiovisual, gracias a esto, desarrollamos nuevas experiencias en la producción de contenidos y nos consolidamos como un equipo de trabajo con roles definidos.

Considero que el aprendizaje de esta experiencia consiste en la construcción de imaginarios y afirmaciones desde la simple secuencia de imágenes. De esta manera comprendí, cómo los medios audiovisuales poseen una gran capacidad de sintetizar mensajes contundentes cargados de códigos que se desarrollan en la mente de todos los televidentes.

Crear relatos en base a códigos audiovisuales se convertía en uno de nuestros principales intereses, pero debíamos aprender a hacerlo, ya que como lo describe Barthes (1993):

“Innumerables son los relatos del mundo. Ante todo, hay una variedad prodigiosa de géneros, distribuidos entre sustancias diferentes, como si toda materia fuera buena para el hombre para confiarle sus relatos: el relato puede estar sustentado por el lenguaje articulado, oral o escrito, por la imagen, fija o móvil, por el gesto y por la mezcla ordenada de todas estas sustancias.” (p.163).

Implementación del sistema Minuto de Dios Tv

En Noviembre de 2011, recibí la invitación de parte de Google para asistir al evento de lanzamiento de Youtube Colombia. Esto quería decir que la empresa había abierto sede en nuestro país, lo cual era muy positivo para todos los pequeños productores que buscábamos en Youtube una ventana para nuestros videos y mensajes.

El canal Minuto de Dios Tv fue postulado como partner y desde ese momento empezamos a percibir ingresos económicos por concepto de publicidad en la difusión por este medio, de manera que hicimos más activa la programación y se estableció una rutina de trabajo diaria para producir videos cortos que alimentaran la parrilla de programación de nuestro canal.

Para inicios del 2013, Youtube, debido a nuestro número de suscriptores y videos subidos nos asignó un coordinador en desarrollo de sociedad. Gracias a esta acción, nuestro canal de Youtube pasó a ser una red de contenidos con nueve canales productivos, así mismo empezaron las capacitaciones oficiales por parte de Google para la optimización de los recursos, las invitaciones a laboratorios de creación y las certificaciones oficiales. Desde entonces Minuto de Dios Tv se consolidó como el canal de contenidos audiovisuales oficial de la Organización El Minuto de Dios y se proyectó desde la vicepresidencia de la OMD como un canal de oferta OTT que será lanzado al aire en el 2018.

Esto terminaría convenciéndome de la idea que se gestó en mí durante la NAB Show en 2009 acerca de la profunda transformación que sufriría la industria del entretenimiento y en general los medios de comunicación con la llegada y penetración del internet; así como a la conversión tecnológica en la producción de contenidos y la producción colaborativa 2.0.

Ahora la producción de mensajes no está sólo en manos de grandes corporaciones sino de todas las personas y asociaciones que consideran que tienen mensajes que deben ser escuchados. Como lo indicó cerca de 20 años atrás Barbero (1987):

“No han sido sólo las limitaciones del modelo hegemónico las que nos han forzado a cambiar paradigmas. Han sido los tercos hechos, los procesos sociales de América Latina los que han cambiado los objetos de estudio a los investigadores de la comunicación.” (p.224).

Esto me lleva nuevamente a contemplar y ser consciente del poder que tiene la Comunicación social para ejercer cambios sociales, aún más en la actualidad, gracias a las grandes ventajas que nos brindan los avances tecnológicos aplicados a los medios de comunicación.

Ingreso a Uniminuto

A inicios del 2015 supe que la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Uniminuto abriría una segunda cohorte para la opción de profesionalización en Comunicación Social y Periodismo a personas que llevamos años de experiencia laboral en medios de comunicación y actividades afines. Me pareció una interesante oportunidad para validar a través de la academia mi experiencia y acercarme a mi meta de ser un profesional especialista en comunicación digital, de manera que hice mi postulación e inicié las actividades académicas junto a algunos de mis compañeros de la OMD para el segundo semestre de ese año.

A través de los seminarios y asignaturas, fui descubriendo como tomaba sentido la interdisciplinariedad que reunía en mis años de experiencia a la luz de la comunicación social y

como esta había llegado a ser un efectivo medio para fortalecer proyectos en comunidades y personas buscando contribuir en su promoción como agentes de cambio que buscan la solución de sus problemas y la transformación social desde diferentes procesos.

En especial, fue motivador descubrir desde las teorías de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, que existen métodos que permiten a las comunidades establecer procesos de comunicación social que a partir de la comunicación en doble vía; llevan grandes transformaciones a su entorno, transformaciones que nacen desde y para la comunidad como es el caso de la comunidad de Unguía en Chocó.

Desde aquí se reconoce desde la academia la necesidad de transformar los paradigmas de las nuevas generaciones de profesionales y despertar entre ellos la inquietud del nuevo comunicador. En las lecturas de autores como Gumucio (2002) reconocemos un nuevo comunicador entendido como:

“...Una mezcla de experiencia en desarrollo, una especial sensibilidad para trabajar con las comunidades, y el conocimiento de las herramientas y tecnologías de la comunicación. El nuevo comunicador tiene que encontrar un equilibrio entre una forma muy práctica de enfrentar la realidad social, y la capacidad de elaborar y conceptualizar estrategias.” (p.7).

Este paso por la academia ha resultado ser toda una experiencia transformadora, no sólo para mi vida profesional, sino para las dinámicas de trabajo al interior de la empresa de producción audiovisual. Así mismo, ahora en Lumen 2000 se abordan nuevos paradigmas con los que nos enfrentamos a los retos que se presentan a diario en nuestra profesión, ejemplo de esto, actualmente desde el Minuto de Dios hemos adoptado la meta de no empobrecer a las poblaciones vulnerables siquiera desde el llamado a la caridad, analizando y trabajando a la luz de autores como Helio Gallardo (2002), quien dice:

“Analíticamente, conviene, por tanto, distinguir entre el pobre como estado y el empobrecido.

El pobre, o socioeconómicamente 'humilde', es un efecto de determinaciones sociales a las que se ignora. 'Empobrecido' designa, en cambio, no sólo el efecto, sino los procesos mediante los cuales se constituye al pobre. Entre nosotros, los imaginarios y actitudes que constituyen al pobre como empobrecido, o sea como producción social, han sido pocos y de minorías.” (p.59).

Gracias a este proceso puedo concluir que trabajar la producción de mensajes desde la fundamentación teórica en favor del desarrollo y el cambio social, es la manera más asertiva de aportar desde mi experiencia. Por esta razón he tomado la iniciativa de colaborar formalmente con agrupaciones sociales, instituciones y personas interesadas.

En este sentido y a partir de mis propias vivencias en el campo se puede evidenciar cómo la Comunicación Social, a través de su relación y construcción de saberes con otras disciplinas, propician y contribuyen con el cambio social.

A modo de ejemplo, las personas e instituciones interesadas, pueden desarrollar sistemas de medios autónomos y auto sostenibles basados en las TIC's y difusión digital de contenidos propios e independientes.

CAPÍTULO 2.

La Implementación de Sistemas de Medios Digitales en Propuestas

De Comunicación Comunitaria y Educativa

Este documento pretende servir como herramienta en la implementación de sistemas de medios digitales autónomos e independientes. Está dirigido a estudiantes, profesionales, instituciones y demás actores interesados en proyectos e iniciativas de comunicación comunitaria, educativa y alternativa.

El texto está constituido por cuatro etapas, en la primera se describe la forma en la que los sistemas digitales y las plataformas IP¹ han desplazado los sistemas análogos y los medios tradicionales; luego en la segunda parte, el texto busca argumentar por qué la comunicación comunitaria y participativa es una clave para el desarrollo social; posteriormente, pretende servir de ayuda a quien desconozca algunas de las formas actuales en las que a través del trabajo en plataformas digitales se pueden encontrar métodos de financiación y patrocinio con una exposición global. Para finalizar, se expone una perspectiva acerca del porqué el desarrollo social debe ser el principal motivador en las iniciativas a desarrollarse.

Para dar inicio, es necesario revisar algunos conceptos que nos permitan definir puntos comunes desde donde vamos a entender los procesos de comunicación participativa y comunicación para el desarrollo, estos procesos serán nuestro objeto de análisis y nuestro principal campo de acción. Fundamentalmente, la comunicación social se define como un amplio campo de estudios interdisciplinarios que tienen como fundamento la investigación, la información, la expresión y la

¹ Internet Protocol: es un protocolo de comunicación de datos digitales clasificado funcionalmente en la capa de red según el modelo internacional OSI.

difusión en medios masivos y en industrias culturales. Es decir, la comunicación social se encarga de dar estructura, forma y significado a los mensajes que son emitidos para un público determinado que generalmente debe ser abierto. Por otra parte, la comunicación participativa se propone como un modelo que facilita la recuperación de la vida cotidiana, los intereses y las necesidades de grupos socioculturales y sus protagonistas, esto mediante la planificación y el desarrollo de propuestas que contribuyan a mejorar su presencia y potencializar su incidencia tanto en los procesos de desarrollo, los de toma de decisión, como en los medios de comunicación.

Este "modelo de comunicación" que plantea la comunicación participativa, hace posibles espacios y relaciones más equitativas en donde las personas pueden llegar a compartir experiencias, información, sentimientos y propuestas para crecer individual y colectivamente manteniendo siempre el control sobre sus relatos, sobre sus narrativas y sobre el significado de lo que se quiere decir.

En este contexto debemos entender que nuestros emprendimientos deben estar basados en un trabajo en equipo, que se preocupe por dar voz a todos los actores involucrados y trabajar de la mano con las herramientas tecnológicas que se requieran para llevar a cabo esta labor.

Hoy en día, en términos de tecnología, requerimos de un teléfono inteligente, un par de aplicaciones y conectividad a internet para desarrollar sistemas de producción remotos. Todo esto con una calidad y potencial de exposición que hace unos años no era posible siquiera imaginar. Los sistemas análogos han sido desplazados poco a poco y nos acercamos más que nunca a la mediación digital en casi todas nuestras expresiones de comunicación. Los sistemas cambian constantemente pero las herramientas casi siempre son las mismas, debemos fijar los objetivos de lo que vamos a desarrollar desde nuestros medios para ser asertivos a la hora de diseñar estrategias y responder a las necesidades de las comunidades.

Se hace necesario hacernos preguntas como ¿qué quiero contar? ¿A quién se lo quiero contar?

¿Cuál es la manera en que voy a entregar estas historias? Esto, aunque suene algo rutinario, es fundamental, ya que sólo conociendo a fondo nuestras necesidades vamos creando y desarrollando nuevas oportunidades para las comunidades a intervenir.

Una vez tengamos claros los objetivos de nuestro emprendimiento debemos empezar a delimitar nuestro campo de acción, hay que recordar que las propuestas para plataformas digitales tienen la naturaleza de ser producciones multimediales en las que de diferentes maneras y en diferentes lenguajes entregamos nuestros contenidos. El audio, el video, la fotografía, el diseño gráfico, la comunicación punto a punto y la interactividad, entre otras actividades, se han visto transformadas por la mediación de las nuevas tecnologías y esto ha desarrollado una forma que cambia por completo la manera de producir contenidos, esto no quiere decir que los principios no sean los mismos: captura de imágenes y audio en vivo, procesos de postproducción, iluminación para comunicar desde la fotografía, etcétera.

En este sentido, una de las transformaciones más radicales ciertamente la ha sufrido el video digital, las videocámaras digitales ofrecen mejor resolución en las imágenes así como un mayor rango de luz y color en comparación con las más sofisticadas cámaras análogas de televisión de hace algunos años, el sistema de grabación en cinta ha sido desplazado en todas sus versiones por las tarjetas de estado sólido SSD², que no solo ofrecen mucha más estabilidad en la conservación del material sino también mucha mayor capacidad de almacenamiento, es posible tener un sinnúmero de horas de video en la palma de la mano.

Los discos duros y sistemas de almacenamiento de datos en todas sus presentaciones pasaron a

² SSD es un tipo de dispositivo de almacenamiento de datos que utiliza memoria no volátil, como la memoria flash, para almacenar datos, en lugar de los platos o discos magnéticos de las unidades de discos duros (HDD) convencionales.

reemplazar y cumplir el papel que antes tenían elementos como la película fotográfica o las cintas de grabación. Así, los productores de contenidos se han beneficiado de ventajas de estas tecnologías como la multigeneración infinita de copias sin pérdida de calidad, la regeneración y amplificación de señales, entre otras ventajas primordiales de la señal digital frente a la análoga. La captura de audio en cintas y otros medios magnéticos ha sido desplazada por archivos digitales extensión .wav³ o .mp3⁴ y con esto se ha logrado llevar más allá las capacidades de productores, músicos, compositores y radialistas.

El diseño gráfico, la estética y el tratamiento de la imagen también pasó a ser un tema 100% digital, las fotografías poseen metadatos e información que permite que las imágenes sean manipuladas incluso después de la captura mediante procesos de revelado digital.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que aunque las cámaras, los micrófonos y las técnicas en el audio y el video han evolucionado mucho desde su inicio, algunos principios básicos como la utilización de un trípode para mantener la imagen fija y centrar la atención en la acción, o grabar el audio desde un micrófono externo para tener la voz principal siempre en primer plano, son elementos que deben ser tenidos en cuenta desde la concepción del material. En el campo de la producción de contenidos debemos ser cuidadosos con la técnica y bajo ninguna circunstancia la implementación de tecnologías posiblemente más prácticas debe poner en riesgo la calidad del

³ Formato de audio digital normalmente sin compresión de datos, desarrollado y propiedad de Microsoft y de IBM que se utiliza para almacenar sonidos en el PC, admite archivos mono y estéreo a diversas resoluciones y velocidades de muestreo, su extensión es .wav.

⁴ Formato de compresión de audio digital patentado que usa un algoritmo con pérdida para conseguir un menor tamaño de Archivo. Es un formato de audio común usado para música tanto en ordenadores como en reproductores de audio portátil.

material.

Con tantos puntos a favor en la era de lo práctico y buscando la flexibilización de los procesos de producción y gestión de contenidos, las compañías y los desarrolladores llevan décadas trabajando en la simplificación de procesos que sirvan a las personas para no sólo comunicarse sino hacer más visible el mundo en el que se desenvuelven, es por esto que compañías como Blackmagic, Gopro o Comrex, entre otras, han encontrado un punto a favor en la creatividad a la hora de diseñar sistemas de producción y gestión de manera práctica, genérica y a un bajo costo.

Esta lógica de producción de contenidos en formatos digitales, presenta unos procesos de producción concretos, con menos recursos técnicos y restando algunos procesos, es por esto que ha despertado el interés de nuevos productores y profesionales que generan contenidos que en algunos casos alcanzan audiencias fácilmente comparables con las coberturas de las grandes cadenas y emporios de la industria del entretenimiento. La grandes cadenas han tenido que recurrir a la diversificación de los productos que desarrollan debido a las transformaciones del medio y a su pérdida de participación en el mercado, es por esto que ahora el verdadero desafío no es tecnológico, porque la tecnología llega y se desplaza rápidamente, ahora, el reto es enseñar nuevas prácticas en la comunicación en las instituciones y organizaciones, que éstas mismas las apropien y que reciban toda la gama de beneficios que tienen los nuevos flujos de trabajo digitales.

En este panorama las empresas deben adaptarse a los cambios, transformar sus dinámicas de producción y tratar de responder de manera versátil a las necesidades de los nuevos consumidores ofreciendo opciones basadas en la transmedialidad, como diría Carlos Scolari (2016), profesor de la Universidad de Pompeu Fabra en Barcelona: “Cada vez es más difícil sobrevivir produciendo contenidos para un único medio. Esto le pasa a las grandes corporaciones y también a las pequeñas empresas, así como a profesionales individuales.” (p.40).

Es el momento de reconocer el desplazamiento que ha traído la tecnología y la oportunidad que

esto significa para nuevos talentos, compañías y comunidades, de empoderarse de sus procesos de comunicación para relatar a través de los medios la propia historia.

Ahora bien, teniendo en cuenta que ya hemos seleccionado unas herramientas para nuestro plan de trabajo en términos de producción y flujos de trabajo, debemos reconocer que para alcanzar nuestros objetivos primordiales, es clave basar nuestros procesos bajo los principios de la comunicación para el desarrollo.

En palabras de Alfonso Gumucio (2010):

“La comunicación para el cambio social aparece a fines del siglo como un paradigma reformulado, que rescata y profundiza el camino recorrido por la comunicación para el desarrollo y por la comunicación comunitaria y participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los modelos de modernización. Lo esencial es que cuestiona el concepto de un desarrollo que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados, y promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más pobres y aislados.” (p.28).

Siguiendo a Gumucio, debemos tener en cuenta cinco condiciones que se enumeran y que deben siempre estar presentes en nuestros procesos comunicativos: 1- participación comunitaria y apropiación: todo proceso debe partir desde los actores involucrados, 2- lenguaje propio y pertinencia cultural: el proceso no puede ignorar las particularidades de cada cultura, 3- generación de contenidos locales: se fortalece el saber comunitario y se enaltece el intercambio de conocimientos como espacio de construcción. 4- Uso de las tecnologías adecuadas: Lo principal son los procesos y no los instrumentos, 5- convergencias y redes: se consolidan y enriquecen los procesos en la medida en que crezca el diálogo y el debate en torno a estas temáticas.

De esta manera vemos cómo investigar y reconocer las principales teorías de Comunicación para el Desarrollo y Cambio Social que pueden llegar a fortalecer la idea principal que tenemos desde

nuestras iniciativas, que en principio se deben identificar ciertos problemas para darles solución mediante procesos de comunicación, ya que como lo afirmara Gumucio (2004) “Incluso el Banco Mundial habla –en los documentos de los últimos años– de desarrollo participativo, y le asigna un rol al conocimiento local y a la comunicación.” (p.5).

Es por esta razón que contemplamos en la Comunicación para el desarrollo y el cambio social una alternativa que ofrece herramientas teóricas capaces de ayudarnos a articular los procesos necesarios en la consecución de nuestros objetivos desde nuestras nuevas iniciativas como sistemas de medios, ofreciendo a las comunidades la oportunidad de ser agentes activos en la transformación de su sociedad.

Ahora, si bien es cierto que ya tenemos claves acerca de las técnicas para la producción y algunas de las teorías que van a sustentar el trabajo desde nuestras iniciativas, es necesario en este momento pasar a reconocer la manera en que el trabajo con algunas plataformas digitales puede contribuir con financiación y exposición global para nuestros nuevos sistemas de medios.

Desde el año 1997 hasta el 2001 se dio un periodo llamado la burbuja.com, que fue vital para el crecimiento de los valores económicos con empresas vinculadas a internet, es decir, fue el despertar para que tanto inversionistas como emprendedores de servicios en internet empezaran una relación comercial que garantizara el éxito económico y ayudara a las empresas a alcanzar el potencial global de sus compañías. Gracias a esto nacieron los gigantes de internet y con ellos un sinnúmero de propuestas, plataformas y opciones para desarrollar nuevos contenidos, utilizar servicios y configurar redes de interés social.

Nuestra primera premisa en la búsqueda de compañías y plataformas aliadas debe ser buscar las plataformas más grandes y reconocidas del mercado una vez tengamos plenamente identificada nuestra estrategia y nuestros canales de acción. La principal motivación de trabajar con las empresas grandes es simple, tienen un soporte de desarrollo de miles de personas que trabajan con

cientos de miles de dólares de recursos para ofrecer los mejores servicios, en muchos casos, de manera gratuita y hasta ilimitada.

Un buen ejemplo para entrar en contexto puede ser hablar de Youtube como plataforma de VoD⁵, en donde trabajamos desde una cuenta de correo gratuito y se pueden llegar a publicar un número ilimitado de contenidos audiovisuales (24/7) para más de 200 países a donde llega la cobertura de la plataforma. Así mismo en Youtube podemos encontrar a miles de personas trabajando los desarrollos más avanzados para disponer esto en favor de los proyectos de la comunidad, lenguajes de programación cada vez más sofisticados y codecs⁶ genéricos que hacen streaming⁷ posible casi desde cualquier dispositivo presente hoy en el mercado, en fin, un universo de ventajas técnicas con las que hoy contamos gracias a la oferta y la demanda. Adicional a esto, plataformas como Youtube ofrecen la oportunidad de exponer nuestros contenidos a una comunidad global que hace parte de su ecosistema, brindando la oportunidad de extender las audiencias.

Así mismo, como Youtube, existen muchos recursos para audio, video, fotografías, artículos

⁵ El video bajo demanda, video a pedido o televisión a la carta es un sistema de televisión que permite a los usuarios el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada ofreciéndoles, de este modo, la posibilidad de solicitar y visualizar una película o programa concreto en el momento exacto que el telespectador lo desee. Existe, por tanto, la posibilidad de visualización en tiempo real o bien descargándolo en un dispositivo como puede ser una computadora, una grabadora de video digital (grabadora de video personal) o un reproductor portátil para verlo en cualquier momento.

⁶ Un códec es un programa capaz de codificar o decodificar una señal o flujo de datos digitales. Los codecs son muy utilizados para la compresión de audio o video dentro de un formato contenedor.

⁷ Transmisión por secuencias de distribución digital de contenidos multimedia. Funciona mediante un bufer de datos de manera que el usuario tiene la opción de utilizar el producto a la vez que lo va descargando.

escritos, etcétera. Que podremos utilizar para conseguir el establecimiento de nuestro proyecto recordando los objetivos que nos trazamos al inicio y siendo coherentes en la consecución de los mismos.

Ahora, si tenemos previstos nuestros canales de difusión, ¿qué debemos hacer para identificar cuáles son las formas para empezar a buscar la financiación y la auto sostenibilidad económica que necesitan estos proyectos para salir adelante?, pues bien, en internet hay muchas formas de promover negocios y sacar alguna ganancia de nuestros sistemas de medios, el principal medio que podemos tener en cuenta es la publicidad, pero debemos recordar que no es el único.

La financiación en internet se puede buscar primeramente desde el crowdfunding, método que consiste en desarrollar una red de cooperación económica que podamos utilizar para exponer el proyecto y pedir colaboración económica colectiva para llevarlo a cabo. También encontramos las donaciones independientes como una buena fuente de ingresos para proyectos en internet, para esto se debe crear una cuenta de comercio electrónico para hacer el recaudo en alguna compañía como Pay pal, dependiendo de la compañía con la que esta se gestione, el proceso puede tener costos de implementación y comisión en cada transacción.

Una de las formas más efectivas para conseguir recursos económicos a través del trabajo en internet, es la publicidad, para esto se debe trabajar con una empresa que ofrezca patrocinio a potenciales anunciantes. Un ejemplo de esto es Google AdSense, plataforma en la que debemos indexar nuestro sitio web, para que el sistema clasifique la información y promocióne a cada usuario productos personalizados según sus gustos o resultados de búsqueda. En todos los casos el nivel de ingresos que se reciben por el concepto de publicidad es proporcional al número de visitas, a la ubicación demográfica del usuario, a la cantidad de clics y al número de impresiones que reciben los anuncios en nuestras páginas o videos, entre otros.

Aunque los proyectos deben ir creciendo a medida que sus audiencias se van fidelizando y en

ellas se madura la identidad, los proyectos no deben descuidar estos parámetros en el momento de la implementación. Todas las iniciativas deben concentrarse en aportar al ecosistema en primera instancia y luego trabajar en el retorno de la inversión y desde luego el negocio de la publicidad por internet es un negocio multimillonario que se expande cada vez más en el mundo. Se dice que para el 2015 la compañía Google recaudó más de \$75.000 Millones de dólares en publicidad según información oficial de este portal.

Hasta aquí tenemos dispuesto nuestro flujo de trabajo, lo que nos asegura tener sistemas de producción diseñados a la medida. También hemos delimitado los objetivos como medios de comunicación social para el desarrollo y finalmente elegimos estratégicamente las plataformas de las que vamos a ser parte para nuestras actividades diarias. Debemos ahora recordar que nuestra identidad es un elemento único e irrepetible que entra a jugar un papel primordial en el éxito de nuestra iniciativa.

En internet podemos encontrar la oportunidad para exponer nuestras ideas, pensamientos y cultura para el público en general y debemos aprovechar esta propuesta plural, ya que la identidad se presenta como una cualidad que nos configura ante los demás, como lo definiría Martínez (2007):

“La identidad social o cultural respondería al conjunto de criterios que permiten una definición del individuo o del grupo que hacen posible situarlo en su sociedad. Se trata de una identidad atribuida, esto es, dada por una gran parte de los otros individuos y grupos de la sociedad y representa la suma de todas las opciones de inclusión y de exclusión en relación con todos los grupos constitutivos de una sociedad. Esta identidad recogería el patrimonio global del individuo y de los grupos sociales a los que pertenece, un patrimonio cultural que integraría las normas de conducta, los valores, las costumbres y la lengua que unen o diversifican a los grupos humanos.” (p.210).

Una vez tenemos definidos algunos parámetros fundamentales para la implementación de sistemas de medios digitales no debemos olvidar que el primer paso para emprender una aventura como esta es elaborar una estrategia de comunicación coherente y sencilla, acorde con los valores de nuestra iniciativa, con el tipo de mensajes que se quieran construir y por supuesto con su audiencia o grupo objetivo.

Trabajando en estos pasos, es probable que como resultado obtengamos un inventario de activos de medios digitales que debemos utilizar de manera articulada como si se tratara de un delicado engranaje en busca de nuestro plan de acción, con actores responsables, técnicas, métricas, seguimiento y la retroalimentación de nuestros usuarios como eje fundamental en la construcción de sistemas de medios digitales.

CAPÍTULO 3.

Bitácora de Proyecto Colegio Distrital Gustavo Restrepo

A mediados del 2016, el colegio distrital Gustavo Restrepo ubicado en la localidad Rafael Uribe Uribe en Bogotá, iniciaba la gestión para formar y capacitar a un grupo piloto de jóvenes estudiantes con el fin de trabajar nuevamente en la emisora estudiantil que llevaba un par de años clausurada.

Para esta gestión fue encargada por la institución la profesora Daisy Paola Alonso, docente de español y jefe del área de humanidades quien se dio en la tarea de buscar profesionales en medios de comunicación que quisieran contribuir de manera voluntaria en la construcción del proyecto que buscaría impactar a la comunidad estudiantil del colegio Gustavo Restrepo.

La profesora Daisy, habló con Alejandro Durán, productor y realizador de Lumen Televisión buscando resolver algunas necesidades frente a su proyecto fue por esto que decidimos colaborar con el proyecto evaluándolo y haciendo una visita para reconocer el equipo físico para la misión, así como reconocer al equipo humano.

A continuación presento la bitácora de los tres días de trabajo en los que participé directamente, esto con el fin de argumentar la forma en la que la comunicación social a través de la implementación de sistemas de medios digitales puede generar cambio social y desarrollo para algunas comunidades, objetivo principal de esta sistematización de experiencias.

DIA 01**NOMBRES:** Alejandro Durán - Julio César Vargas**FECHA:** 20 de septiembre 2016**LUGAR:** Colegio Distrital Gustavo Restrepo IED - Calle 28 sur #14-51

La cita es a las 10am en la localidad Rafael Uribe Uribe, nos dirigimos puntualmente en transmilenio al lugar de encuentro, pienso que estaría correcto basar la experiencia en el modelo de pedagogía liberadora que plantea Paulo Freire, por esto voy repasando sus lecturas en el bus y asimilando la forma en la que debo conjugar la comunicación y la pedagogía durante este proceso.

Hablamos al respecto de la metodología de los talleres con Alejandro, debatimos ideas y finalmente concluimos para este ejercicio con el colegio Gustavo Restrepo utilizar un modelo de comunicación educativa que tomaba mucho sentido para el tipo de trabajo que queríamos desarrollar en la mente del grupo. La comunicación educativa, como la define el mismo Freire "siempre pone el énfasis al proceso, los contenidos y los resultados, es decir, es dialógica, participativa y democrática. El diálogo, es la relación horizontal entre A y B. Nace de una matriz crítica y genera criticidad. Cuando los dos polos se ligan así, con amor, con esperanza, con fe el uno al otro, se hacen críticos en la búsqueda común de algo." (pg.17)

Finalmente llegamos al punto de encuentro, allí la profesora Daisy acude a nuestro encuentro para llevarnos hasta la zona donde está ubicado el colegio, en el camino la profesora nos comenta las necesidades por las que el colegio decidió retomar el proyecto de comunicación estudiantil, como dice la profesora "En primera instancia la necesidad vital era recuperar el espacio de la emisora en el colegio. Que los estudiantes reconocieran el verdadero sentido que tiene la

emisora escolar, la funcionalidad, los beneficios que le podría traer utilizar ese mecanismo de comunicación como una herramienta que no solamente les permitía escuchar música, que era para lo que se venía utilizando ese espacio y no tenía ninguna organización o fin. Esa fue la necesidad más grande por la que se despertó la iniciativa con los muchachos para organizar y darle vitalidad al espacio. Quería que ellos entendieran que una emisora es un campo de acción muy grande; no solamente en entretenimiento sino que puede ser educativa, puede ser informativa y facilitarles su labor académica y amenizar la convivencia o la solución de situaciones que se presentan dentro de la misma institución.” (Fragmento tomado del Anexo 02 Entrevista Profesora Daisy Alonso).

Una vez en el colegio, nos presentan a un grupo conformado por alrededor de 12 jóvenes entre los 13 y 17 años de edad, son estudiantes del grado decimo que deberán consolidar el proyecto de radio escolar para presentarlo a las directivas y ejecutarlo en el año 2017 ya como estudiante de grado 11.

La profesora Daisy nos presenta a Alejandro y a mi ante los chicos, nos habla un poco del proyecto y nos dice “El colegio ve la necesidad de recobrar el espacio de la emisora escolar porque desafortunadamente al ser un colegio distrital no se cuenta con los recursos que uno quisiera para ese tipo de cosas.” (Fragmento tomado del Anexo 02 Entrevista Profesora Daisy Alonso).

Posterior a la explicación de la profesora, yo paso al frente y expongo que al reabrir la emisora escolar podríamos escalarlo y pensar en articular dinámicas de trabajo que nos permitan desarrollar más contenidos y complementar la oferta desde el mismo proyecto, es decir, les propuse que desarrolláramos un completo sistema de medios con Radio en vivo, video por demanda, contenidos en formato podcast, artículos escritos e ilustrados, manejo y administración de contenidos en redes sociales.

Esta propuesta tuvo gran aceptación en el grupo, de manera que basados en nuestra intención de hacer a los estudiantes parte del proceso decidimos establecer conjuntamente el

método y los contenidos de los 4 talleres que tendríamos para esto en aras de la configuración de nuestro sistema de medios naciente.

Para mí lo más importante fue desarrollar el concepto de sistema de medios digitales durante la primera clase, para esto y siguiendo el modelo pedagógico de Freire, empecé preguntando a cada alumno qué sabía de internet, qué reconocía, qué le gustaba, esto con el fin de construir una definición con base en los conocimientos previos de los alumnos y así llegar en conjunto a la construcción del concepto de MULTIMEDIA, un concepto clave para desarrollar el lenguaje y los medios de producción en este tipo de procesos.

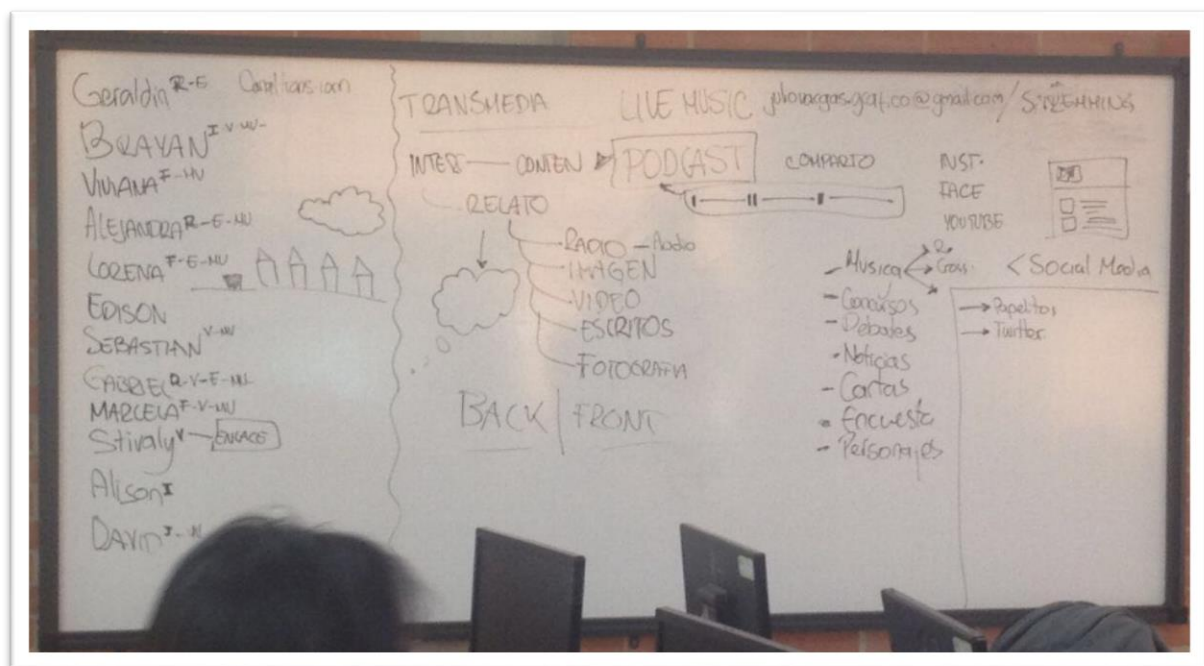
Utilizando este modelo en el aula logramos integrar en cuestión de minutos a todo el grupo y mezclarnos con los alumnos, al cabo de una hora teníamos puntos clave y acuerdos que con Alejandro no habíamos tenido en cuenta para el desarrollo del proyecto dando sentido a las palabras de Freire "De este modo, el educador ya no es sólo el que educa, es educado a través del diálogo con el educando, quien, al ser educado, también educa. Así ambos se transforman en sujetos del proceso en que crecen juntos y en el cual "los argumentos de autoridad" ya no rigen." (p.61)

El paso siguiente fue desarrollar los grupos de trabajo, esto de acuerdo a las afinidades de cada alumno como la locución, la fotografía, la producción de video, la música y la escritura fueron algunos de los temas de interés para hacer la selección de los grupos, de esta manera entregaríamos a cada quien una responsabilidad dentro de la construcción del proyecto y así mismo, una habilidad especial en la que se comprometían a trabajar durante el tiempo en el que estaríamos trabajando en la interface y los contenidos de nuestra plataforma. Luego yo hice la recuperación de la base de datos para mantener el contacto (ver anexo 03 BDLiveMusic).

Antes de partir junto con los alumnos y de acuerdo con los contenidos que teníamos previstos con Alejandro logramos establecer fechas y temáticas para los siguientes talleres y talleristas:

- Sistema de Medios Digitales (JULIO VARGAS – 20 de septiembre)
- Lenguajes radiofónicos (DONALD PUERTO – 27 de septiembre)
- Parrilla de programación (ALEJANDRO DURÁN – 4 de octubre)
- Paisaje Sonoro (ALEJANDRO DURÁN – 11 de octubre)
- Narrativas Transmedia (JULIO VARGAS – 25 de octubre)

Luego solo quedó despedirnos del grupo y tomar una fotografía del tablero, buscando recopilar la experiencia del día como material de consulta en la construcción del proyecto.



Fotografía 1 – Tablero de Trabajo sesión 1

Al dirigimos hacia la estación de transmilenio con la profesora Daisy y Alejandro vamos conversando acerca de las expectativas de los muchachos y de lo emocionados que se encontraban con el proyecto, por esto le pregunto a la profesora si ella que tiene más acercamiento a la comunidad considera que esto puede funcionar en algún aspecto para el generar el cambio social que buscamos, a lo que la profesora responde: “En primera instancia, les fortalece un centro de interés. La mayoría de ellos se acercaron al proyecto porque les llamó la atención cuando yo les

empecé a hablar de las funciones de la emisora, de hacer una cosa distinta, de mostrar distintos puntos de vista, distintas temáticas.” (Fragmento tomado del Anexo 02 Entrevista Profesora Daisy Alonso).

Llegamos a la estación, subimos al transmilenio y nos despedimos de la profesora.

DIA 02

NOMBRES: Alejandro Durán - Julio César Vargas

FECHA: 25 de octubre 2016

LUGAR: Colegio Distrital Gustavo Restrepo IED - Calle 28 sur #14-51

La cita nuevamente es a las 10am en el colegio, pero esta vez, ya que ahora conozco el camino me dirijo solo al lugar. Allí me espera Alejandro Durán para que demos cierre a la etapa de consolidación de proyecto con el último taller de narrativas transmedia que estaba a mi cargo.

Este día vengo leyendo al sociólogo Colombiano Orlando Fals Borda ya que en este proceso han aparecido algunas características de los procesos de investigación acción participativa como son “la inserción del investigador en la comunidad, el análisis de sus condiciones históricas, su estructura social, y su énfasis en la búsqueda de soluciones a problemas y necesidades de ellas”. Borda (1995).

Llego al colegio y lo primero que debemos hacer es el inventario físico de equipos para la estación radial. Esta tarea la desarrollamos entre todos los actores involucrados, profesores, talleristas y alumnos bajo el principio de igualdad.

Al finalizar el inventario me pidieron que haga una pequeña reseña técnica de cada equipo y

su función, para las personas que no estaban relacionadas con estos equipos y al ir aclarando sus dudas comparo cada vez más de cerca este ejercicio con un proceso de Investigación – acción participativa contrastándolo con textos de Carmen Mendivil (2015) en donde nos expone que "La valoración de las personas que componen los colectivos frente a su proceso está relacionada también con el aprendizaje sobre un nuevo campo, el mediático, como herramienta para aprender a contar sus propias historias a través de la radio y la televisión, lo que reafirma también en cada uno y cada una su papel transformador y protagonista dentro de la reconstrucción del tejido social de sus comunidades y la reafirmación de sus culturas en cada caso." (p.21)

Posteriormente pasamos una vez más al salón de computo, donde desde el principio de dialogo y comunicación horizontal hacemos punto a punto un listado de requerimientos e ideas que se consignarían en el proyecto escrito presentado a las directivas del colegio.

[Luego empezamos la clase de narrativas transmedia en donde, a partir de la definición técnica de Transmedia partimos de conceptos que les fueran familiares a los alumnos, buscando hacer una experiencia de educación liberadora, más que un ejercicio de educación bancaria siguiendo las teorías de Paulo Freire (1970) quien concluye "Lo que nos parece indiscutible es que si pretendemos la liberación de los hombres, no podemos empezar por alienarlos o mantenerlos en la alienación. La liberación auténtica, que es la humanización en proceso, no es una cosa que se deposita en los hombres. No es una palabra más, hueca, mitificante. Es praxis, que implica la acción y la reflexión de los hombres sobre el mundo para transformarlo." (p.90) .

Luego revisamos otras miradas del concepto y así finalizar reescribiendo el significado de este concepto entre todos los miembros definiendo con la clase que "narrativa transmedia es el proceso narrativo basado en la división intencionada de contenidos así como su emisión a través múltiples plataformas, soportes y canales (offline y online), articulada con el fin de que cada medio cuente una parte específica y complementaria de la historia. De esta forma, la comprensión absoluta y el conocimiento profundo de la narración se obtienen cuando se recorren las múltiples

plataformas, soportes y canales.” (ver anexo 04 Imagen e-mail Transmedia)

Luego, para finalizar el taller realizamos un debate invitándolos a reflexionar en torno a las palabras del profesor Gumucio (2002) “Los retos a la comunicación están evolucionando constantemente, en la medida en que aparecen nuevas posibilidades pero también nuevas necesidades. El nuevo comunicador tiene la capacidad de navegar de un medio a otro, de escoger entre las muchas herramientas de comunicación y adaptar las estrategias a una situación particular.”(p.2) invitándolos a adoptar las lecturas de Alfonso Gumucio.

Al terminar la jornada, hicimos las fotos de registro con algunos de ellos y luego me despido deseándoles éxitos en su carrera en los medios digitales de comunicación y recordando las palabras de Mendivil (2015) "El reto estará en encontrar las maneras en que esta acción colectiva para el cambio social pueda ser apropiada por las comunidades y se pueda garantizar la comunicación como un vehículo para su propia transformación, y no sólo como un instrumento de divulgación sin trascender lo mediático." (p.22)

Fotografía 2 – Grupo de trabajo – Izq-Der: Julio Vargas, grupo de jóvenes grado decimo, profesora Daisy Alfonso



DIA 03**NOMBRES:** JULIO CÉSAR VARGAS / DAISY ALFONSO**FECHA:** 08 de junio de 2017**LUGAR:** Entrevista Telefónica

Con el fin de hacer seguimiento, en la noche del jueves 8 de junio realicé una llamada telefónica a la profesora Daisy Alfonso, quien muy amablemente aceptó atenderme y me contó los por menores de lo que ha sido su primer semestre trabajando desde la radio con vista a la convergencia hacia sistema de medios.

Me comentó que el proyecto ha estado funcionando desde entonces y al interior del colegio se han presentado cambios significativos no solo para las personas directamente involucradas con la emisora de radio, sino en general cambios para la comunidad estudiantil.

Al preguntarle por la funcionalidad de haber establecido un proyecto basado en la escalabilidad de la emisora escolar hacia la implementación de un sistema de medios para los alumnos de su colegio ella respondió: “Efectivamente si nos ha funcionado dentro de las limitaciones que tenemos desde la infraestructura, de adecuación del espacio y equipos. Hemos podido tener el funcionamiento de la emisora inicialmente y ha sido una herramienta enriquecedora culturalmente porque hemos tratado de darle una función cultural y social, informativa. No solamente de lo que pasa al interior de la institución, sino también afuera para mantenerlos informados. El espacio ha ido atrayendo poco a poco a los estudiantes, entonces al ver que es un proyecto organizado que está estructurado, que no es solamente programar canciones, ha llamado la atención del grupo que se pretende ampliar cada vez más.” (Fragmento tomado del Anexo 02 Entrevista Profesora Daisy Alonso).

También le pregunté acerca de qué es lo más importante que ella y la institución consideran

que esta iniciativa le aporta a la comunidad académica y a esto contestó: “la capacidad de organización. Ellos a partir de establecer una continuidad y una serie de cosas para su emisión diaria o semanal o el espacio que les correspondía; aprendieron a organizarse, a trabajar en equipo.

También, les ha ayudado a ellos a ver un poco más allá de lo que ven siempre, de las mismas conversaciones en whatsapp, en sus redes sociales, se preocupan por indagar acontecimientos del día o por mirar historias y temas que les puedan servir para su emisión.

Y para finalizar está la capacidad para interactuar con los demás, muchos de ellos han perdido el miedo de hablar en público, de enfrentarse a lo que digan los demás, se han vuelto más abiertos, más dinámicos, optimizan su tiempo libre con cosas más importantes, un poco más trascendentales y obviamente el sentido de la responsabilidad les ha permitido reforzar el proyecto de la emisora.” (Fragmento tomado del Anexo 02 Entrevista Profesora Daisy Alonso).

Posteriormente tuvimos una conversación acerca de particularidades de la ejecución del proyecto y de los alumnos en general, hablamos de algunas anécdotas personales y esto sin duda me llevo a pensar que esta clase de iniciativas que promueven la comunicación social desde los medios digitales sirven en todos los procesos de cambio social, como lo resalta Natalia Restrepo (2011) “Sería difícil pensar en un proceso de cambio social, sin comunicación, o sea, sin los medios. Y, por supuesto, si hoy los medios son las Tecnologías de la Información y la Comunicación, pues se desprende de su uso, su buen aprovechamiento y sobretodo empoderamiento, el ideal de la difusión y soporte de muchos cambios sociales.” (p.170).

Por esto, le pido a la profesora Daisy que me responda si ella considera que a través de esta clase de propuestas podemos cambiar la perspectiva de los jóvenes y motivar la transformación social, a lo que ella responde diciendo:

“La emisora efectivamente puede ser una herramienta positiva, quienes están participando en lugar de estarse yendo a otros caminos, a consumir, a la evasión de clases,

al hurto y cantidad de problemas que tenemos al interior de la institución hace que volteen los ojos a mirar qué cosas les puede llamar la atención de la parte auditiva, audiovisual o de la comunicación o del periodismo desde el manejo de la información. Cualquier iniciativa que se haga con los muchachos, les abre expectativas de vida que seguramente ellos no conocían. Por ejemplo, hay un muchacho en la emisora que siempre ha tenido interés musical, sabe hacer mezclas, quiere ser dj, pero tiene una situación familiar muy compleja, vive en un barrio que no le ofrece muchas expectativas de vida, pero el pelado es muy metido en su cuento cuando está en la emisora y eso lo ha hecho pensar en seguir una carrera en este medio, en mirar qué posibilidades tiene de estudiar y salir adelante.”

Algunos lo ven solo por la parte recreativa y no ven opción de vida pero hay unos que están encontrando una perspectiva de vida distinta. No se pretende que todos los estudiantes cambien a través de la emisora, pensando no solo en el grupo base que trabaja en la emisora, sino también en los muchachos que escuchan las emisiones diarias. Puede haber cosas que les llaman la atención y efectivamente les permita hacer otras cosas, no solamente acercarse a las cosas banales que hacen día a día algunos o a quienes van por caminos no muy adecuados”. (Fragmento tomado del Anexo 02 Entrevista Profesora Daisy Alonso).

Antes de finalizar la llamada le ofrezco a la profesora ir a dictar 2 talleres de producción audiovisual para empezar a dar forma a los contenidos audiovisuales de nuestro naciente sistema de medios y le pido le informe a los alumnos interesados para que conformen el grupo.

Conclusiones

Una conclusión fundamental de este proceso de sistematización de experiencias, es la comprensión del cambio social que promuevo desde mi perspectiva, como una oportunidad de preservar la identidad a través de la construcción de dinámicas de trabajo desde la comunicación social. Estas dinámicas motivan a comunidades y grupos sociales específicos, al desarrollo de proyectos que permiten la emisión responsable de mensajes para públicos interesados en compartir una visión propia e independiente en cualquier lugar del planeta.

A través de mi experiencia en la radio, concluyo que gracias a la comunicación social, pude reconocer el poder que tiene la transmisión de una idea en un medio masivo de comunicación y cómo puede construirse previamente un tono de respuesta desde la implementación de una serie de códigos implícitos en el ejercicio de la transmisión oral y la construcción de paisaje sonoro. De esa manera, al comunicar una opinión a través de una ventana que nos permite llegar a miles de personas, la radio es una herramienta que permite el cambio social que personalmente promuevo, facilitando el desarrollo de procesos comunicativos tanto en ciudades como en municipios y lugares remotos.

La comunicación social también me ha permitido, durante el proceso de formación como profesional, reconocer el poder que posee la palabra en la creación de la realidad social. En este sentido, tomando como base a los medios audiovisuales, fue gracias a la comunicación social que descubrí que una sucesión de imágenes pueden transmitir una idea. Esto sin duda, me permite reconocer el papel del comunicador en el desarrollo de procesos de cambio social, cuidando no empobrecer ni ser parte del problema, asumiendo la responsabilidad de lo que llamaría Gumucio: el nuevo comunicador.

Otro de los grandes aportes de la comunicación durante mi proceso de formación profesional, radica en el uso de plataformas y redes sociales como herramientas para aportar al

cambio social de algunas personas y comunidades. El paso por la academia ha sido un factor determinante que me ha motivado a contribuir con el fortalecimiento de propuestas de comunicación comunitaria, estudiantil y alternativa, basadas en el internet como una herramienta que permite la implementación de sistemas de medios digitales. De esta manera las personas, los profesionales o instituciones interesadas en estas iniciativas, pueden reconocerse a sí mismos como actores de cambio dentro de sus propias comunidades, así como trabajar por la preservación y apropiación de la identidad.

Partiendo de lo anterior, la comunicación social me ha enseñado que no es suficiente contar con los canales comunicativos para generar un cambio social, sino que es necesario, promover el empoderamiento en los miembros de las comunidades, a través de la palabra y la inmersión en el contexto. De esta manera, generar el aprendizaje en el uso de las Tics como herramienta de cambio social, se convierte en un elemento secundario.

Es a través de los conocimientos que me ha brindado la comunicación social, que puedo motivar a las personas para que sean agentes activos en sus procesos de transformación social. Así como la implementación de sistemas de medios digitales en el grupo piloto de colegios públicos en la localidad Rafael Uribe en Bogotá, este proceso es un ejemplo del enlace entre los medios digitales de comunicación, la comunicación social y el cambio social que promuevo.

A partir de mi proceso de formación logré reconocer la importancia de saber transmitir pensamientos e ideas a las personas que trabajan junto a mí. Ya sea en la radio, en la televisión o a través de la creación de contenidos audiovisuales para la web. Saber comunicarse con el grupo de trabajo, saber transmitir de manera concisa lo que se necesita y se espera, es indispensable para aportar activamente con el cambio social que me interesa promover. De igual forma, es a partir de este punto donde la comunicación social nos permite no sólo transmitir la necesidad de un cambio social al público, sino también de concienciar a las personas que se encuentran trabajando en la transmisión y la difusión del mensaje sobre la importancia de ello.

Para finalizar, la comunicación social me permitió comprender que los mensajes transmitidos a través de los medios masivos de comunicación tienen poder, pero depende de quién comunica ser consciente y saber afrontar las consecuencias que sus opiniones tienen. En este sentido, al poder llegar a tantas personas geográficamente y culturalmente hablando, es muy importante que quienes nos dedicamos al oficio de la comunicación nos hagamos responsables; puesto que nuestra opinión o criterio, va a ser asumido como una verdad por personas que estarán tanto a favor como en contra de nuestro punto de vista y ello no puede prevalecer por encima de la oportunidad de informar.

Partiendo de lo anterior, el cambio social que promuevo a través del uso que hago de los medios de comunicación, ya sea la radio, la televisión o la internet, siempre se ha caracterizado por el uso responsable de los mismos y de los mensajes que transmito. De ese modo, la demanda de una injusticia social, a modo de ejemplo, no se convierte en motivo para generar división y violencia entre los integrantes de una comunidad o grupo social.

Referencias

- Barbero, J. (1987). *De los Medios a las Mediaciones*. México: Ediciones G. Gili. Recuperado de http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/r1_38.pdf
- Barthes, R. (1993). *La Aventura Semiológica*. Buenos Aires: Paidós. Recuperado de http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/barthes_roland_-_la_aventura_semiologica.pdf
- Blanco, M. (2012). Autoetnografía: una forma narrativa de generación de conocimientos. *Andamios. Revista de Investigación Social* 9 (1), 49-74. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/628/62824428004.pdf>
- Calmon, R. (2009). *Impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina. Una reflexión en el contexto histórico de las redes sociales*. Recuperado de http://biblio3.url.edu.gt/Libros/imp_dig_esp.pdf
- Carvajal, A. (2004). *Teoría y Práctica de la Sistematización de Experiencias*. Cali: Univ. Del Valle (Primera edición). Recuperado de <http://la-pasion-inutil.blogspot.com.co/2010/04/arizaldo-carvajal-burbano-teoria-y.html>
- Confidencial. (2001). *Once años del 9/11*. Recuperado de <http://confidencialcolombia.com/es/1/602/1811/Once-a>
- Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento* 30 (58), 26-39. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>
- El País. (2004). *El futuro es 'Wi-Fi'*. Recuperado de http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2004/11/16/actualidad/1100597284_850215.html
- Gallardo, H. (2002). Imaginarios sobre el pobre en América Latina. *Revista de Filosofía* 40 (1), 59-70. Recuperado de

<http://www.inif.ucr.ac.cr/recursos/docs/Revista%20de%20Filosof%C3%ADa%20UCR/Vol.%20XL/No.%20101/Imaginario%20sobre%20el%20pobre%20en%20America%20Latina.pdf>

Jara, O. (2016). *Guía para Sistematizar Experiencias*. UICN-Mesoamérica: Programa Alianzas. Recuperado de http://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0813/6_UIC_GUI.pdf

Martínez, A. (2007). La Construcción de Identidades. *Cuestiones Pedagógicas* 18 (1), 261-281. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/140/14003213.pdf>

Gumucio, A. (2002). *El Nuevo Comunicador. La Iniciativa de Comunicación*. Recuperado de <http://proinapsa.uis.edu.co/redcups/Biblioteca/Modelo%20Participativo/CUARTO%20MO-SQUETERO%20GUMUCIO.pdf>

Gumucio, A. (2010). *Comunicación para el cambio Social: clave del desarrollo participativo*. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Javeriana. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/2454/1728>

Gumucio, A. (2004). El Cuarto Mosquetero: La comunicación para el cambio social. *Investigación y Desarrollo* 12 (1), 2-23. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/268/26800101.pdf>

Kandinsky, V. (2003). *Punto y Línea Sobre el Plano*. Buenos Aires: Paidós. Recuperado de <https://es.slideshare.net/nic3/punto-y-linea-sobre-el-plano-kandinsky>

Mendivil, C., Meléndez, K., Racedo, Y. y Rosero, J. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Encuentros*, 13 (1), 11-23. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v13n1/v13n1a01.pdf>

MORAWICKI, Kevin (2007), *La Lucha de los Innombrables. Lo educativo y lo político en espacios comunicacionales juveniles*, Edulp. Recuperado de <http://comeduc.blogspot.com.co/2009/06/la-lucha-de-los-innombrables-lo.html>

Rabiger, M. (2005). *Dirección de Documentales*. Madrid: Butterwoth-Heinemann. Recuperado de

<https://es.scribd.com/doc/10962805/Direccion-de-Documentales-Michael-Rabiger>

Restrepo, N. (2011). Comunicación para el Cambio Social y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Ética 11* (11), 158-178. Recuperado de

<http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero11/Articulos/Formato/articulo7.pdf>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/860/86011409031.pdf>

Scolari, C. (2016). Abordaje de Narrativas Transmedia. Recuperado de

<http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>

Semana. (2003). *Estalla carro bomba en el barrio Restrepo de Bogotá* .Recuperado de

<http://www.semana.com/noticias/articulo/estalla-carro-bomba-barrio-restrepo-bogota/61418-3>

ANEXOS

ANEXO 01

Entrevista Nilson Torres Moreno

Gerente CCC Minuto de Dios

¿Por qué buscar la participación de la Organización Minuto de Dios en internet?

Para la organización el Minuto de Dios, desde las áreas encargadas de la evangelización siempre ha sido una prioridad la difusión de la buena nueva de Jesucristo en todas las plataformas disponibles para los miembros de la iglesia. Una vez se despertó la conectividad en nuestro país para nosotros fue primordial poder ofrecer nuestra experiencia de espiritualidad a todas las personas que no tuvieran la oportunidad de conocer la experiencia Minuto de Dios, es por esto que vimos en el internet el futuro de nuestra oferta de servicios.

¿Qué motivo a la Organización a formalizar la implementación del sistema Real Audio?

A nivel de la RCC latinoamericana, la espiritualidad de minuto de Dios se destaca y cuenta con un reconocimiento, por esta razón, sabemos que son muchas las personas de Colombia a las cuales no podemos llegar con nuestra señal de radio o con nuestras publicaciones impresas. El real audio se presentó como la oportunidad de tener nuestra oferta en todo el planeta, es por esto que siempre vimos en la transmisión vía streaming una solución para nuestras limitaciones de cobertura, así como un elemento que nos permitiría llevar nuestra oferta en internet a otro nivel

¿Cuál es la importancia de la Organización Minuto de Dios con mantener a los funcionarios encargados de áreas como la evangelización actualizados con los últimos avances tecnológicos a nivel de comunicaciones?

Para la organización Minuto de Dios es importante trabajar en la formación humana, es por esto que las personas que desarrollan proyectos y administran los recursos técnicos tienen la misión de estar actualizados con las herramientas de hoy. NAB SHOW esta consolidado como el evento del año en cuanto a técnica en producción de medios, es lo que llaman la meca de los productores de radio y tv en el mundo, es por esto que aquí no solo se ofrece la posibilidad de que los funcionarios reconozcan los avances tecnológicos y los cambios de las tecnologías, sino que les permite contactarse de primera con personas pertenecientes a todas las áreas de la industria del entretenimiento paara ampliar el círculo y reunir unaa experiencia más robusta en el mundo de la producción.

¿Cuál es la importancia de la comunicación audiovisual en el ejercicio de la evangelización para la Iglesia Católica?

Para el Minuto de Dios siempre ha sido fundamental la trasmisión de mensajes en formato audiovisual como un poderoso medio para evangelizar la buena nueva de Jesucristo. Desde las misas dominicales, pasando por conferencias y predicaciones en DVD hasta la elaboración de piezas argumentales, seriados para internet y dramatizados, la televisión, el cine y el video siempre serán fundamentales para el ejercicio de la comunicación. Por esto el padre Diego Jaramillo fundó en 1987 esta productora que hoy después de grandes cambios en las tecnologías y el boom de la producción audiovisual sigue llevando mensajes positivos que pretenden acercar a las personas al evangelio de Jesús. De manera que es de vital importancia para el Minuto de Dios en su plan de evangelización poder articular la necesidad de producir contenidos en video que atiendan la necesidad de consumo audiovisual que las redes sociales hoy han generado en las nuevas audiencias.

ANEXO 02

Entrevista Profesora Daisy Alfonso

Colegio Gustavo Restrepo IED

Jefe de Area de Humanidades

¿Cuál era la necesidad de la profesora al plantear el proyecto con los jóvenes?

“En primera instancia la necesidad vital era recuperar el espacio de la emisora en el colegio. Que los estudiantes reconocieran el verdadero sentido que tiene la emisora escolar, la funcionalidad, los beneficios que le podría traer utilizar ese mecanismo de comunicación como una herramienta que no solamente les permitía escuchar música, que era para lo que se venía utilizando ese espacio y no tenía ninguna organización o fin.

Esa fue la necesidad más grande por la que se despertó la iniciativa con los muchachos para organizar y darle vitalidad al espacio. Quería que ellos entendieran que una emisora es un campo de acción muy grande; no solamente en entretenimiento sino que puede ser educativa, puede ser informativa y facilitarles su labor académica y amenizar la convivencia o la solución de situaciones que se presentan dentro de la misma institución.”

¿Cuál era la propuesta del colegio?

El colegio veía la necesidad de recobrar el espacio de la emisora escolar porque desafortunadamente al ser un colegio distrital no se cuenta con los recursos que uno quisiera para ese tipo de cosas. Los muchachos empezaron a organizar, establecieron los contactos y las personas vinieron a capacitarlos al colegio. Así se le fue dando la formalidad al proyecto porque los coordinadores empezaron a darse cuenta que efectivamente había un objetivo o una necesidad que se debía satisfacer y era algo que les podía ofrecer un mecanismo de comunicación más activo dentro de los mismos estudiantes y en la comunidad educativa en general

¿Cree que funciona establecer este sistema de medios con los jóvenes?

Efectivamente si nos ha funcionado dentro de las limitaciones que tenemos desde la infraestructura, de adecuación de la emisora, espacios y equipos. Hemos podido tener el funcionamiento de la emisora y ha sido una herramienta enriquecedora culturalmente porque hemos tratado de darle una función cultural y social, informativa. No solamente de lo que pasa al interior de la institución, sino también afuera para mantenerlos informados. El espacio ha ido atrayendo poco a poco a los estudiantes, entonces al ver que es un proyecto organizado que está estructurado, que no es solamente programar canciones, ha llamado la atención del grupo que se pretende ampliar cada vez más.

¿Qué considera que el proyecto le aporta a los muchachos?

En primera instancia, les fortalece un centro de interés. La mayoría de ellos se acercaron al proyecto porque les llamó la atención cuando yo les empecé a hablar de las funciones de la emisora, de hacer una cosa distinta, de mostrar distintos puntos de vista, distintas temáticas.

Así mismo la capacidad de organización. Ellos a partir de establecer una continuidad y una serie de cosas para su emisión diaria o semanal o el espacio que les correspondía; aprendieron a organizarse, a trabajar en equipo. También, les ha ayudado a ellos a ver un poco más allá de lo que ven siempre, de las mismas conversaciones en whatsapp, en sus redes sociales, se preocupan por indagar acontecimientos del día o por mirar historias y temas que les puedan servir para su emisión.

Y para finalizar está la capacidad para interactuar con los demás, muchos de ellos han perdido el miedo de hablar en público, de enfrentarse a lo que digan los demás, se han vuelto más abiertos, más dinámicos, optimizan su tiempo libre con cosas más importantes, un poco más trascendentales y obviamente el sentido de la responsabilidad les ha permitido reforzar el proyecto de la emisora

¿A través de esta iniciativa se puede cambiar la perspectiva de los jóvenes en motivación de cambio social?

La emisora efectivamente puede ser una herramienta positiva, quienes están participando en lugar de estarse yendo a otros caminos, a consumir, a la evasión de clases, al hurto y cantidad de problemas que tenemos al

interior de la institución hace que volteen los ojos a mirar qué cosas les puede llamar la atención de la parte auditiva, audiovisual o de la comunicación o del periodismo desde el manejo de la información. Cualquier iniciativa que se haga con los muchachos, les abre expectativas de vida que seguramente ellos no conocían. Por ejemplo, hay un muchacho en la emisora que siempre ha tenido interés musical, sabe hacer mezclas, quiere ser dj, pero tiene una situación familiar muy compleja, vive en un barrio que no le ofrece muchas expectativas de vida, pero el pelado es muy metido en su cuento cuando está en la emisora y eso lo ha hecho pensar en seguir una carrera en este medio, en mirar qué posibilidades tiene de estudiar y salir adelante. Algunos lo ven solo por la parte recreativa y no ven opción de vida pero hay unos que están encontrando una perspectiva de vida distinta. No se pretende que todos los estudiantes cambien a través de la emisora, pensando no solo en el grupo base que trabaja en la emisora, sino también en los muchachos que escuchan las emisiones diarias. Puede haber cosas que les llaman la atención y efectivamente les permita hacer otras cosas, no solamente acercarse a las cosas vanales que hacen día a día algunos o a quienes van por caminos no muy adecuados

ANEXO 03

BASE DE DATOS ESTUDIANTES

LIVE MUSIC RADIO

Colegio Gustavo Restrepo IED

NOMBRE	E-MAIL
Alejandra Erazo	alejandraerazo06@gmail.com
Brayan Huertas	huertasb8@gmail.com
Johann Ortega	sebiitasaya48@gmail.com
Geraldine Romero	unsafe05@gmail.com
Marcela Aguilar	marcelaaguilar200003@gmail.com
Gabriel Acosta Sanchez	gaboas.02@gmail.com
Angie Lorena Colorado	lorenitacolorado49@gmail.com
Stivaly Rojas	stivaly0910@gmail.com
David Meneses	menesesdavid48@gmail.com
Deisy Alonso	deisy.alonso@gmail.com
Alejandro Durán	productor@minutodedios.tv
Julio Vargas	juliovargas.grafico@gmail.com
Donald Puerto	radio@minutodedios.tv

ANEXO 04

MAILING INFORMACIÓN TRANSMEDIA

Pieza para compartir la información con la definición colectiva de Concepto Transmedia

Colegio Gustavo Restrepo IED



El diagrama muestra un círculo central con un icono de libro abierto y el texto "Transmedia Storytelling". Alrededor de este círculo hay ocho iconos con flechas que apuntan hacia el centro: Social Media, TV, Press, Videos, Interviews & Role-plays, Analytics, Mobile, y Web.

NARRATIVA TRANSMEDIA es el proceso narrativo basado en la división intencionada de contenidos así como su emisión a través múltiples plataformas, soportes y canales (offline y online), articulada con el fin de que cada medio cuente una parte específica y complementaria de la historia.

De esta forma, la comprensión absoluta y el conocimiento profundo de la narración se obtienen cuando se recorren las múltiples plataformas, soportes y canales.

Transmedia Storytelling SOCIALMEDIAPYMES

NARRATIVA EN EL VIEJO MUNDO

Película Juego Libro

En la narrativa clásica el conjunto es menos que la suma de las partes. Como consecuencia la experiencia del consumidor es pobre e insatisfactoria.

NARRATIVA EN EL MUNDO 3.0

Película Juego Libro

En la narrativa transmedia el conjunto es más que la suma de las partes. La experiencia es enriquecedora y propicia la colección de piezas.

Robert Pratten

LIVE MUSIC RADIO
Colegio Distrital Gustavo Restrepo IED
Bogotá 2016

Diseño Julio César Vargas