

**REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA RADIAL DE
PREVENCIÓN EN CONTRA DE LA TRATA DE PERSONAS.**

LINNEY URIBE BARBOSA

DIRECTOR: ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
SECCIONAL BUCARAMANGA**

2008

**REALIZACION Y PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA RADIAL DE
PREVENCION EN CONTRA DE LA TRATA DE PERSONAS.**

LINNEY URIBE BARBOSA

**TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PASANTÍA PARA OPTAR AL
TITULO DE COMUNICADOR SOCIAL – PERIODISTA.**

DIRECTOR: ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
SECCIONAL BUCARAMANGA**

2008

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, Enero 2008

CONTENIDO

	Pág.
AGRADECIMIENTOS.....	6
RESUMEN EN INGLES.....	8
RESUMEN EN ESPAÑOL.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
I. ANTEPROYECTO.....	11
1.1 MARCO CONTEXTUAL.....	11
1.1.1 Reseña histórica, misión, visión.....	11
1.1.2 Antecedentes en comunicación desarrollados por la empresa.....	14
1.1.3 Objetivos, funciones y responsabilidades.....	15
1.1.4 Grupo de radio.....	16
1.1.5 Estudio del entorno.....	18
1.2 PLANIFICACIÓN PREVIA DEL PROYECTO.....	19
1.2.1 Planteamiento de la idea.....	19
1.2.2 Título del proyecto.....	19
1.2.3 Propuesta y metodología.....	19
1.2.4 Marco Conceptual.....	20
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	27
1.3.1 Objetivos.....	28
1.3.1.1 Objetivo General.....	28
1.3.1.2 Objetivos Específicos.....	28

1.3.1.3 Destinatarios	28
1.3.1.4 Contexto Físico Espacial.....	29
1.3.1.5 Alcances Y Limitaciones	29
1.3.1.6 Recursos Y Costos	29
1.3.1.7 Jerarquía Del Proyecto	30
1.4 ESQUEMA DE TRABAJO.....	30
1.4.1 Cronograma	30
1.4.2 Resultados Esperados	31
II. INFORME CENTRAL.....	32
III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	35
RECOMENDACIONES	36
BIBLIOGRAFÍA	38
ANEXOS	40

AGRADECIMIENTOS

No existe mayor satisfacción que la del deber cumplido, es por eso que la entrega de este trabajo no solo significa la culminación de una etapa universitaria, representa también el inicio de un nuevo ciclo del que solo espero éxito.

Agradecer es sinónimo de reconocerle a alguien el apoyo recibido, pero no existe mejor forma de gratitud que la demostración, por eso a todas aquellas personas que contribuyeron en este proceso de mi vida, solo quiero decirles que más adelante se verá reflejada toda la siembra a través de la mejor cosecha.

A Dios primero que todo le agradezco haberme dado la vida, la fuerza y la sabiduría necesaria para emprender un camino, que aunque fue difícil, nunca imposible de superar.

A mi mamá por su entera confianza en mí, por el amor y el apoyo que me brindó y por esos grandes y acertados consejos que siempre tenía para que no me rindiera.

A mi papá por la riqueza de su conocimiento y por esperar siempre de mí las mejores cosas.

A mis hermanos Eliana y Luciano, por acompañarme, animarme y creer en mi siempre.

A Nicolás Rodríguez por soñar a mi lado, por amarme, por ayudarme y por aportar su tiempo y su conocimiento del tema en este proyecto.

A todos los profesores que me aportaron gran parte de su experiencia y de su amistad, en especial a Luís Jorge Orcasitas y Alfredo Álvarez.

A la Universidad Industrial de Santander y a Claudia Mantilla por dejar que demostrara, pero sobre todo que aprendiera, gracias a la oportunidad que me dieron al dejarme realizar mi pasantía.

A todos aquellos que contribuyeron en un triunfo más de mi vida, solo me resta decirles que el camino que queda es muy largo y por eso espero contar con el apoyo de todos ustedes siempre.

SUMMARY

IMPLEMENTATION AND PRODUCTION OF A RADIO CAMPAIGN FOR PREVENTION AGAINST OF THE HUMAN TRAFFICKING.

AUTHOR: Linney Uribe Barbosa

FACULTY: Social Communication - Journalism

Alfredo Álvarez Orozco

According to the international organization for migration, human trafficking, slavery is the 21st century in the contemporary globalized world. It does not matter if they are children, women or men. Anyone can be a victim, without importing the type of operation whiles the three conditional: movement, limitation of freedom and exploitation.

Therefore, create a radio campaign to prevent this kind of exploitation with human beings, it is a clear way of issuing a warning that could advise on ways and conditions under which a person may become a victim of trafficking.

For the production of these prevention messages, it was a pretty complete documentation about the topic, research and interviews, both implicated as members of organizations that are somehow linked to the protection and respect of human rights.

With the implementation of this project was not intended only to enrich the programming of radio stations UIS stereo and UIS AM, but also to create a space in which to conduct a prevention campaign in which human rights play a vital role in the realization of each of the radio clips.

KEY WORDS:

- Human trafficking
- Radio-clip
- Institutional radio stations
- Radio campaigns
- Comunication /Education

RESUMEN

REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA RADIAL DE PREVENCIÓN EN CONTRA DE LA TRATA DE PERSONAS.

AUTOR: Linney Uribe Barbosa

FACULTAD: Comunicación Social – Periodismo

Alfredo Álvarez Orozco

Según la organización internacional para las migraciones, “la trata de personas, es la esclavitud del siglo XXI en el mundo globalizado contemporáneo. No importa si son niños, niñas, mujeres u hombres. Cualquiera puede ser una víctima, sin importar el tipo de explotación mientras se den tres condiciones: traslado, limitación de la libertad y explotación. Por esta razón, crear una campaña radial que prevenga este tipo de explotación con el ser humano, es una forma clara de emitir una voz de alerta que pueda advertir sobre las maneras y condiciones en las que una persona puede llegar a ser víctima de la trata.

Para la elaboración de estos mensajes de prevención, se contó con una documentación bastante completa acerca de la temática, investigación y entrevistas, tanto a implicados como a miembros de organizaciones que de alguna forma están ligados con la protección y el respeto de los derechos humanos. Con la ejecución de este proyecto, se pretendía no sólo enriquecer la programación de las emisoras UIS estereo y UIS AM, sino también abrir un espacio en el que se pueda llevar a cabo una campaña de prevención en la cuál los derechos humanos jueguen un papel fundamental en la realización de cada uno de los radio clips.

PALABRAS CLAVE:

- Trata de personas
- Radio-clip
- Emisoras institucionales
- Campañas Radiales
- Comunicación/Educación.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el "Artículo 188A. TRATA DE PERSONAS. [*Artículo modificado por el Artículo 3 de la Ley 985 de 2005*], el que capte, traslade, acoja o reciba a una persona, dentro del territorio nacional o hacia el exterior, con fines de explotación, incurrirá en prisión de trece (13) a veintitrés (23) años y una multa de ochocientos (800) a mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes".

Razones como esta, permiten que se tenga la certeza de que existen formas y métodos en los cuales el ser humano se puede amparar y exigir que sus derechos no sean violentados, sino que al contrario se les de cumplimiento y valor porque son como la vida misma.

Es importante resaltar que organizaciones como la Fundación Esperanza, se han esmerado por trabajar en contra del tráfico de personas, sin embargo no se le ha dado la importancia que requiere este esfuerzo por salvar al hombre del mismo hombre; por tal motivo, los medios de comunicación deben darse a la tarea de fomentar la educación y la construcción de un mejor futuro, informando y creando puentes en los que el receptor sea el más beneficiado, pues se le debe brindar valor, respeto y amor por la vida.

Instituciones como la Universidad Industrial de Santander cobijan a un gran número de estudiantes de Colombia quienes hoy en día, buscando mejores y diferentes modos de vida, se inmiscuyen y caen en las diferentes redes del tráfico de personas. Este proyecto propone la utilización del medio radial, a través del formato del radioclip, con el propósito de intentar prevenir tanto a la comunidad académica que representa las emisoras UIS, como a un sinnúmero de personajes vulnerables propensos a ser una víctima más de este flagelo que está enfrentando la sociedad.

I. ANTEPROYECTO

1.1 MARCO CONTEXTUAL

La siguiente información es de tipo institucional y ha sido tomada textualmente de los documentos corporativos de la Universidad Industrial de Santander.

1.1.1 Reseña histórica, misión, visión

Reseña histórica

La Universidad Industrial de Santander, es una institución educativa, de carácter público, reconocida a nivel nacional por su alto nivel académico. Ofrece 28 programas profesionales, dos tecnologías, algunos doctorados, especializaciones, maestrías, diplomados y programas de educación a distancia, convirtiéndose en la institución de educación superior más grande en el oriente colombiano.

La universidad cuenta con ocho sedes: tres en Bucaramanga (campus principal, Facultad de Salud y Bucarica), una en Piedecuesta, una en Barbosa, una en Barrancabermeja, una en Málaga y una en el Socorro.

En Bucaramanga, el campus universitario principal, ubicado en un área de 337.000 metros cuadrados en la zona nororiental de la meseta, alberga los edificios de las Facultades de Ingenierías, Ciencias y Humanidades; Bienestar Universitario, Dirección General de Investigaciones, Biblioteca Central y oficinas administrativas. Además, diversos auditorios, talleres, laboratorios, museos, canchas deportivas y zonas verdes.

El edificio de la Sede Bucarica, alberga en su interior a algunas dependencias universitarias, como es el caso de las emisoras universitarias

UIS Estéreo y UIS AM, única división de la dirección de comunicaciones que no está ubicada en la ciudadela universitaria.

Misión

La Universidad Industrial de Santander es una organización que tiene como propósito la formación de personas de alta calidad ética, política y profesional; la generación y adecuación de conocimientos; la conservación y reinterpretación de la cultura y la participación activa liderando procesos de cambio por el progreso y mejor calidad de vida de la comunidad.

Orientan su misión los principios democráticos, la reflexión crítica, el ejercicio libre de la cátedra, el trabajo interdisciplinario y la relación con el mundo externo.

Sustenta su trabajo en las cualidades humanas de las personas que la integran, en la capacidad laboral de sus empleados, en la excelencia académica de sus profesores y en el compromiso de la comunidad universitaria con los propósitos institucionales y la construcción de una cultura de vida.

Visión

La Universidad Industrial de Santander es una institución de educación superior estatal y autónoma, financiada por el Estado, comprometida con la defensa de un estado social y democrático de derecho y de derechos humanos y la proposición de políticas públicas que garanticen el acceso de la población a condiciones de vida digna.

La UIS es actor principal del desarrollo económico, social y cultural de la región y ejemplo de democracia, convivencia, autonomía y libertad responsable. Es lugar de consulta sobre las tendencias y desarrollos en el campo de las ciencias, los avances tecnológicos, las necesidades y

oportunidades del mundo del trabajo y los deseos de bienestar de la comunidad.

La vigencia social de la universidad se manifiesta en su participación activa en Organismos de planificación local, regional y nacional, en agrupaciones de participación ciudadana para la proposición y el seguimiento de políticas y programas de desarrollo social, económico y cultural. En el fortalecimiento de sus relaciones con los sectores políticos, sociales y generadores de bienes y servicios que propendan por el bien común, en el marco de la conveniencia institucional. En la integralidad de todos los miembros de la comunidad universitaria, los cuales están formados en el espíritu científico. En la apropiación y el ejercicio de los derechos humanos universales y los derechos políticos, económicos, sociales y culturales correspondientes a la práctica de la ciudadanía y en el ejercicio de una conducta profesional solidaria con la construcción de la nación colombiana.

Es sitio obligado de referencia y consulta para proponer o evaluar las alternativas de solución a los problemas prioritarios de la comunidad, y su contribución es ampliamente valorada como insumo crítico para continuar avanzando en la construcción de una sociedad en donde la equidad, la justicia, la solidaridad y el respeto por los derechos humanos y la naturaleza, sean los pilares del desarrollo humano sostenible en el marco de una cultura de paz.

Es líder del desarrollo científico en bio-ingeniería, fuentes alternas de energía, petroquímica y carboquímica, nuevas opciones para uso de combustibles, nuevos materiales y tecnologías de materiales compuestos, aprovechamiento y uso sostenible de la biodiversidad, promoción de la salud, prevención y control de las enfermedades de mayor ocurrencia, estímulo y acompañamiento a procesos de organización comunitaria orientados al desarrollo social y cultural, y mejoramiento de la calidad de la educación en

todos sus niveles. Mantiene como líneas transversales la investigación en electrónica, telecomunicaciones, informática y ciencia y tecnología del medio ambiente. Promueve el desarrollo de la literatura y las artes. En todas sus Escuelas, Centros e Institutos, los miembros de la comunidad universitaria actúan como docentes-investigadores y se mantienen interconectados con grupos de pares académicos que cooperan local, nacional e internacionalmente.

Ofrece, desde la región nororiental al país, formación permanente de alta calidad y pertinencia social, propendiendo por la equidad en el acceso, con fundamento en el mérito académico. Sostiene intercambios y pasantías de profesores y estudiantes con Universidades extranjeras de alta calidad y presenta una amplia oferta de programas presénciales e interactivos mediante tecnologías para la educación virtual.

Es una organización inteligente capaz de adaptarse con eficacia a la velocidad de los cambios y a las necesidades emanadas del entorno. Recibe del Estado los recursos suficientes para adelantar sus funciones de investigación, formación y proyección social, en reconocimiento a su calidad, a los resultados presentados anualmente ante la sociedad y a sus políticas de eficiencia en la utilización de los recursos. Invierte sus rentas propias para fortalecer su posición de excelencia en el medio universitario.

1.1.2 Antecedentes en comunicación desarrollados por la empresa

Debido a una reestructuración de las comunicaciones como dirección, existe una dificultad para acceder a la información de los proyectos desarrollados anteriormente en la emisora. Sin embargo, se puede hacer referencia a los más recientes planteamientos hechos por los tres últimos practicantes que estuvieron en el Grupo de Radio:

Practicante: Alexandra Mantilla. Ejecución de programas de periodismo cívico en la emisora UIS AM.

Practicante: Juan Carlos Silva. ¿Cómo ampliar la cobertura de la emisora UIS Estéreo?

Practicante: Mónica Juliana Hurtado. Creación, producción y realización de una propuesta radial destinada a promover las ideas de los empresarios egresados de la UIS.

Es importante recalcar que dado el carácter cultural e institucional que maneja el Grupo de Radio, todos los programas que son producidos y transmitidos originalmente desde la universidad, deben contar con un soporte, un proyecto que plasme la idea original y los objetivos de cada programa.

1.1.3 Objetivos, funciones y responsabilidades

Dirección de comunicaciones

La Dirección de Comunicaciones de la Universidad Industrial de Santander, adscrita a la Secretaría General, tiene como propósito centralizar y consolidar una política comunicativa que permita dar cohesión a la acción informativa que se desarrolla en los ámbitos interno y externo. Se busca con esta reorganización una mayor claridad y eficacia en la acción comunicativa para que las realizaciones de la Comunidad Universitaria y la información procedente del entorno de la Institución, contribuya no sólo a cualificar los contenidos y a formar una opinión pública calificada sino a construir una imagen institucional en concordancia con la complejidad de su quehacer intelectual, académico e investigativo.

Para el cabal cumplimiento de este propósito institucional, la Dirección de Comunicaciones está integrada por cuatro grupos de trabajo: Televisión, Radio, Prensa y Página Web, y Protocolo.

Esta Dirección reúne el talento humano y los recursos físicos y técnicos existentes en la Universidad, con el fin de participarle a la sociedad, con alta calidad, pertinencia y oportunidad, el trabajo desarrollado desde nuestra Alma Máter en materia de construcción de conocimiento y formación profesional.

Objetivo general de la dirección de comunicaciones

Orientar su quehacer hacia la divulgación de los hechos más significativos de la vida universitaria, desde los ejes fundamentales de su desarrollo: investigación, docencia y extensión. La Dirección realiza un trabajo coordinado en procura de un mayor impacto y cobertura, a fin de provocar cambios significativos que afecten positivamente las relaciones de la Universidad con los públicos internos y externos.

Pero el propósito no se agota en asuntos informativos, pues su propia denominación demanda implementación de una cultura de la comunicación en la Institución, orientada a favorecer el diálogo, el encuentro, el consenso y el disenso, necesarios en la construcción colectiva de su desarrollo y para conseguir que todos los actores involucrados en su dinámica, asuman su papel en la proyección de la identidad institucional.

1.1.4 Grupo de radio

Este grupo de trabajo tiene a su cargo los sistemas: Emisoras UIS Estéreo y UIS AM (frecuencia modulada y amplitud modulada), los estudios de grabación y producción de documentos sonoros, y la fonoteca.

UIS ESTÉREO – “La Voz de la Universidad”, 96.9 FM

La emisora UIS ESTÉREO "La Voz de la Universidad", inició sus emisiones el 10 de marzo de 1995. A partir de esta fecha ha ido creciendo y consolidando una programación muy selecta, la cual incluye espacios de información, cultura y entretenimiento, realizados por estudiantes y profesionales UIS de distintas áreas del conocimiento. En la actualidad puede ser sintonizada las 24 horas del día, en los departamentos de Santander, Boyacá, Bolívar y Antioquia, en el dial de los 96.9 FM.

Cuenta con un sistema satelital que le permite entrar en contacto con La Voz de América de los Estados Unidos, Radio Francia Internacional, Radio Canadá Internacional y Radio Nederland, proporcionando información actual y diversa sobre temas de trascendencia nacional e internacional. Así mismo, disfruta del servicio de programas diferidos de Radio Nacional de España, Radio Suiza, La Unidad de Radio del Ministerio de Cultura, el Convenio Andrés Bello, las Naciones Unidas, y de diversas emisoras universitarias del país, entre otras instituciones.

Su variada programación está dirigida a un público esencialmente joven y adulto que busca nuevas propuestas en materia de radio, mediante la presentación de programas de contenido que orientan, educan y a la vez divierten. UIS Estéreo emite programas musicales en los más variados géneros: jazz, rock, música clásica, colombiana, así como también espacios periodísticos que procuran la reflexión y el análisis.

Emisora UIS AM - "La Nueva Radio", 670 Khz

La Emisora UIS A.M. 670, "La Nueva Radio", inició sus emisiones el 22 de mayo del año 2002, buscando constituirse en un medio educativo formal y de extensión para la comunidad del departamento de Santander.

Su programación diaria es esencialmente musical, y se destaca la difusión e interpretación del folclor colombiano, andino y latinoamericano que da identidad a los países de nuestra región, así como la realización de espacios de formación educativa, construcción de ciudadanía e identidad nacional.

Por su condición de emisora de interés público, UIS AM, La Nueva Radio, tiene como filosofía trabajar en la definición de los valores de la nacionalidad, la identidad, la preservación de la cultura y el respeto a la vida y a la libertad de las personas.

De acuerdo con la legislación colombiana, las emisoras de interés público como UIS AM, están orientadas a elevar el nivel educativo y cultural de los habitantes del territorio colombiano y a difundir los valores cívicos de la comunidad.

1.1.5 Estudio del entorno

Existen diferentes aspectos que configuran la realidad que vive la Universidad Industrial de Santander, de tipo económico, respondiendo a su carácter público, y como eje de generación de estudio y empleo en el Oriente colombiano.

Otro aspecto que influye de manera crucial en el entorno de la UIS, es sin duda su posición como ente educativo de alto nivel académico, que la pone a la vanguardia de otras instituciones de este mismo corte, y que se posiciona por su constante proceso de construcción del conocimiento.

1.2 PLANIFICACIÓN PREVIA DEL PROYECTO

1.2.1 Planteamiento de la idea

“La trata de personas, es la esclavitud del siglo XXI en el mundo globalizado contemporáneo. No importa si son niños, niñas, mujeres u hombres. Cualquiera puede ser una víctima, sin importar el tipo de explotación mientras se den tres condiciones: traslado, limitación de la libertad y explotación”.¹

Por esta razón se hace necesaria, la creación de una campaña radial que prevenga este tipo de explotación al ser humano, donde exista una voz de alerta que advierta sobre las condiciones en las que una persona puede llegar a ser víctima de la trata.

1.2.2 Título del proyecto

Realización y producción de una campaña radial de prevención en contra de la trata de personas.

1.2.3 Propuesta y metodología

Siendo concientes de la importancia de un medio radial de tipo institucional como los son las emisoras UIS estereo y UIS AM, es indispensable crear un espacio en el que los oyentes, además de tener dentro de la programación de la emisora, notas de todo tipo, también puedan conocer los riesgos a los que están expuestos, en este caso, la trata de personas.

¹ ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LAS MIGRACIONES. ¿Qué es el tráfico de personas? Documento en línea consultado el 11 de septiembre de 2007 en: <http://www.oim.org.co/modulos/contenido/default.asp?idmodulo=122>

De acuerdo con la problemática social, se hace indispensable crear una campaña de prevención en contra de la trata de seres humanos como una voz de alerta y orientación que ayude a evitar este flagelo.

La campaña consiste en la creación de “clips” informativos acerca del tema que rotarán por la emisora durante su programación.

Para la elaboración de estos mensajes de prevención, se contará con una documentación bastante completa acerca de la temática, investigación y entrevistas, tanto a implicados como a miembros de organizaciones que de alguna forma estén ligados con la protección y el respeto de los derechos humanos y la prevención de la trata de personas.

1.2.4 Marco Conceptual

Mario Kaplún en su artículo Medio y fines en comunicación, publicado en la revista Chasqui menciona que: “Según se conciba a la educación/comunicación será el uso de los medios de comunicación en la enseñanza. Hay dos modos de entender y asumir esta dupla: el vertical y unidireccional, y el que considera al educando como sujeto de un proceso en el que se aprende de y con los otros. En el primer caso, el uso de los medios reproducirá la unidireccionalidad, acriticidad y la imposibilidad de una relación dialógica. En el segundo, ese uso se lo hará en un espacio cuyos protagonistas son verdaderos interlocutores”.

Así mismo, “Educación y comunicación son dos términos que pueden ser entendidos de muy diversa forma; y, según se los entienda, se abordará con muy diferente criterio el uso de los medios en la enseñanza. Con todo el riesgo de una simplificación esquemática, se puede distinguir entre dos

modos de entenderlos; y la opción por uno de ellos atravesará y permeará toda la práctica educativa”.²

Partiendo de este concepto en el que se une la educación y la comunicación, es preciso tener en cuenta a la institución como medio que relacione diferentes aspectos en los cuales se pueda llegar a construir formatos que logren afianzar y moldear de alguna forma los gustos y las necesidades del ser humano.

Por tal motivo, para una institución universitaria crear un medio de comunicación como la radio se vuelve un instrumento de aporte y soporte para la comunidad en el cual se exponen varias tendencias del mundo académico y se utiliza el medio como fuente y mecanismo que amplían conocimiento.

Partir del supuesto de que “las emisoras universitarias estudiantiles se auto-definen como proyectos comunicativos alternos en beneficio de la sociedad”,³ significa que pasar de un estilo completamente comercial y lucrativo, genera una cultura en donde el oyente puede aprender a pensar no sólo en el bien individual, sino en las problemáticas sociales que puedan realmente servir de aporte, para intentar cambiar la forma de vida de cualquier persona.

“Las radios universitarias estudiantiles son propuestas basadas en un intento de participación democrática y plural dentro del área de la escuela. Se desarrollan primero como una inquietud comunicativa de tipo local y por sus características específicas, buscan ampliar su espectro de cobertura, y al ocurrir esto, se plantean a sí mismas una labor social que involucre a la sociedad, más allá de la institución educativa donde nacen.”⁴

² KAPLÚN, Mario. La educomunicación. De medio y fines en comunicación. En: Revista Chasqui 58, Junio de 1997.

³ IBID

⁴ SADI DURÓN, Jorge. “La comunicación mundo” editorial Siglo XXI 2003, Pág. 86 UNAM

Es la radio estudiantil en las universidades, la manera en como los actores universitarios desean comunicarse con sus semejantes de forma equitativa y con un enfoque incluyente, en beneficio de la comunidad universitaria y a veces de la sociedad en donde se desarrollan, como dijera Mario Kaplun: “*la radio no es un vehículo, es un instrumento*”⁵, estos proyectos y contenidos, son generalmente, acordes a la tarea de servicio social o *servicio público*, que la radio lleva tatuada en sus ondas desde el primer día que se le concibió.

Podríamos considerar a las radios universitarias como punta de lanza para la participación ciudadana, y de la sociedad civil, desde la tribuna pública de las aulas y de la academia, donde se forman los comunicólogos, comunicadores y futuros investigadores, que pueden proporcionar una base desde la cual, los individuos y las asociaciones civiles tengan un espacio y generen escenarios para la discusión de las diversas problemáticas que dentro del entorno propio de cada localidad se generan, y las cuales no han sido cubiertas por los principales actores dominantes de los medios radiofónicos en el país.

Para lograr este tipo de comunicación masiva, en el que se maneja un público grande, es acertado el uso de medios como la radio, la televisión y la prensa, que tienen como fin influenciar y ofrecer grandes posibilidades de retroalimentación, herramienta de gran ayuda para la institución.

La radio universitaria, vista entonces como herramienta en el proceso comunicativo de una institución, por su presencia en la ciudad, y su reconocimiento ante la comunidad, debe propender por productos que construyan sociedad, que promuevan la cultura, y por extensión de la universidad, eduquen e informen de manera asertiva a través de su programación.

⁵ KAPLÚN, Mario. “*Producción de programas de radio*”, Editorial Crenecca. 1994 Pág. 49

De esta manera y de acuerdo con lo estipulado por el Ministerio de Comunicaciones, se abren espacios para la radio de interés público, “que responde al fomento de la educación, la cultura y los valores cívicos”.⁶ De otra parte define a las estaciones pertenecientes a instituciones educativas de carácter público, como Emisoras Educativas, así:

*“...tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de apoyar el proyecto educativo nacional y, servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada...”*⁷

Con la consolidación de las emisoras de origen universitario, se forma en 2003, la Red de Radio Universitaria de Colombia, cuyos propósitos son:

- *Fomentar la identidad de la radio universitaria como una categoría específica en el contexto radiofónico nacional*
- *Constituir nuevos espacios que refuercen su función social*

La prevención de la trata de personas desde la radio

En cuanto a la trata de personas respecta, son muchos los medios de comunicación que emiten mensajes continuamente con el propósito de evitar que el ser humano termine siendo parte de una red de traficantes que se aprovecha de alguna situación para engañar, maltratar y explotar de una forma abrupta y malintencionada a personas ingenuas y desinformadas.

⁶ MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Políticas para la radiodifusión en Colombia. Documento en línea consultado el 3 de octubre de 2006.
En: http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/user_docs/Archivos/Sectorial/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf página 12.

⁷ *Ibíd.* Página 23.

Razones como estas permiten diariamente que exista un mayor interés por fomentar los valores, a través de campañas sociales cuyo protagonista siempre es el hombre.

“...Tratándose de fomentar el desarrollo institucional y educativo a través de formatos que incentiven y lleven al público objetivo a transportarse e informarse sobre el mundo que hay tras ellos, es indispensable también que la educación por medio de la comunicación transforme ideas, pensamientos y actitudes en bien de la sociedad y a la vez prevenga por medio de campañas sobre los riesgos que pueden correr y lo vulnerable que puede llegar a serse en diferentes situaciones; tal es el caso del tráfico de personas que consiste en utilizar, en provecho propio y de un modo abusivo, las cualidades de una persona.

Para que la explotación se haga efectiva los tratantes deben recurrir a la captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas.

Los medios para llevar a cabo estas acciones son la amenaza o el uso de la fuerza u otras formas de coacción, el rapto, fraude, engaño, abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad.

Además se considera trata de personas la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines de explotación.

La explotación incluirá, como mínimo, la explotación de la prostitución ajena u otras formas de explotación sexual, los trabajos o servicios forzados, la esclavitud o las prácticas análogas, la servidumbre o la extracción de órganos.”⁸

Este tipo de campañas radiales de prevención puede hacerse mediante diferentes formatos periodísticos-informativos en el que se incluye el radio-clip, de esta manera se comprime el contenido de la información que reciben, los oyentes, sin quitarle el fundamento básico a la idea principal.

⁸ ACNUR. Trata y tráfico de personas. Documento en línea consultado el 11 de septiembre de 2007. En: http://www.acnur.org/index.php?id_pag=2038

Es importante mencionar que no existe aún una contextualización del concepto que abarca el formato de radio-clip, sin bien es cierto a través de material bibliográfico solo se encuentran ejemplos de cómo realizarlos y los géneros que se pueden utilizar para llevarlos a cabo.

Cabe señalar que por medio de correos electrónicos a la página de radialitas apasionados (www.radialistas.net), se pudo establecer comunicación con su director José Ignacio López Vigil, quien dio su concepto propio acerca del tema.

Para el experto en radio José Ignacio López Vigil, “Un radio clip es un programa corto (un micro) que trabaja de manera ágil todos los recursos del lenguaje radiofónico (personajes, locutores y locutoras, datos, dramatizaciones, música y efectos, y sobre todo imaginación)”⁹.

Así mismo, el Comunicador Social y Docente de la Universidad Pontificia Bolivariana (Seccional Bucaramanga) Alfredo Álvarez Orozco, al no encontrar un noción que detallara propiamente lo que significa un radioclip, quiso aproximarse a dar una definición que pueda contribuir a la conceptualización sobre este formato radial.

“.....Muchas organizaciones de todo el mundo han posicionado este formato, especialmente en los últimos años, como un recurso radial de alto impacto en el despliegue de estrategias de información, educación y comunicación (IEC) en temáticas relacionadas con la salud, el medio ambiente, la ecología, la cultura, la equidad de género y los derechos humanos, entre otras. No obstante, cuando de teorizar sobre el formato se

⁹ Información suministrada por el autor, vía correo electrónico.

trata, es escasa la bibliografía que conceptualiza alrededor de su definición, sus características y su estética de realización”¹⁰.

Este docente hace también referencia a los inicios del radioclip y para esto cita a Kaplún quien metódicamente habla de un recurso que podría considerarse como el padre de este género: el sociodrama. Una técnica de trabajo comunitario en donde un grupo de personas, sin libreto alguno, pone en escena, durante pocos minutos, una o varias situaciones sobre las cuales se quiere suscitar reflexión.

“.....El radioclip como formato radiofónico, en cambio, exige la exploración del lenguaje radial, la combinación de sus elementos y, por supuesto, la elaboración de libretos”¹¹.

Según el docente Álvarez Orozco, José Ignacio López “fue tal vez quien acuñó el término radio clip cuando teorizó sobre el formato de las historias cantadas o canciones adaptadas. De este modo, López Vigil ubicó inicialmente al radioclip como un formato del género musical, tal vez por la relación que estableció con el formato audiovisual conocido como videoclip, de gran impacto en la industria de la música. Sin embargo, lo más interesante de esta comparación es la importancia que el maestro le da al elemento de la imaginación en la construcción de este tipo de formatos” (...)
En este sentido, hoy por hoy el radioclip no solamente se concibe como un formato radial de entretenimiento sino también con fines educativos y de sensibilización sobre temáticas de interés público¹²”.

Es así como al no tener propiamente un significado acerca de este género, el radioclip se inmiscuye en el medio radial apropiándose de diferentes

¹⁰ ÁLVAREZ OROZCO, Alfredo. Universidad Pontificia Bolivariana. "Aproximaciones a la definición de radio clip". Universidad Pontificia Bolivariana (Seccional Bucaramanga), Facultad de Comunicación Social y Periodismo, 2005.

¹¹ IBID

¹² IBID

temáticas que no pueden ser mejor representadas sino por esta corta pero sustanciosa forma de transmitir conocimientos, ideas y mensajes, que diariamente están aportándole al ser humano.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El aprovechamiento de espacios institucionales de gran importancia y acogida como las emisoras UIS estereo y UIS AM, en la población estudiantil y en los demás habitantes de Santander, genera en el oyente un intercambio de mensajes en donde la percepción y la retroalimentación juegan un papel importante en el uso y manejo de campañas de prevención, en este caso la trata de personas.

Este espacio radial intenta fortalecer los derechos humanos y la dignidad del hombre, pues haciendo un llamado de prevención e informando claramente todo lo relacionado con aquellos hechos que atentan contra la integridad física, moral, mental, espiritual, entre otras, del ser humano, se logrará reducir de alguna manera este flagelo que está apoderándose de la ingenuidad de unos, la necesidad y el desconocimiento de otros.

Por esta razón es importante aprovechar este medio de divulgación y más aún, si este representa la construcción de futuro, con personas que se esfuerzan para que las oportunidades de vida no los lleve a caer en manos de organizaciones que abusan de su condición y los convierta en un número más, siendo estos víctimas del tráfico de seres humanos.

1.3.1 Objetivos

1.3.1.1 Objetivo General

Crear una campaña radial de prevención en contra del tráfico de personas en donde se logre alertar al oyente y a la población más vulnerable acerca de este tema que atenta contra la dignidad del ser humano.

1.3.1.2 Objetivos Específicos

- Informar y educar a la comunidad estudiantil de la UIS y demás radioescuchas, acerca del peligro y las estrategias usadas por los traficantes de personas.
- Dar a conocer los medios más frecuentes en los cuales las personas más vulnerables puedan llegar a caer en una trampa y convertirse en una víctima de cualquiera de las modalidades usadas para la trata de personas.
- Iniciar una campaña de prevención en un medio de comunicación de carácter institucional que cuenta con credibilidad en la población santandereana.

1.3.1.3 Destinatarios

Los destinatarios directos de este proyecto son aquellos que conforman la comunidad UIS, estudiantes, y los oyentes frecuentes de UIS AM. Para el primer caso Jóvenes y adultos entre los 15 y 60 años y con respecto al segundo caso, niños entre los 8 y 14 años, hombres y mujeres de todas las edades.

1.3.1.4 Contexto Físico Espacial

Este proyecto contempla como contexto físico- espacial a los oyentes de la emisora UIS AM, hagan o no parte de la comunidad UIS, y que habiten en el área de cobertura de la emisora.

1.3.1.5 Alcances Y Limitaciones

Teniendo en cuenta los alcances de sintonía que reporta la emisora y el contexto físico que contemplará, las posibilidades de prevención aumentarán en la población, habrá más conocimiento acerca del tema y se logrará un mayor fortalecimiento a la institución como medio interventor y de apoyo en esta clase de delitos que van en contra del ser humano.

1.3.1.6 Recursos Y Costos

Concepto	Valor unitario	Cantidad	Total
Grabadora periodística	\$ 90.000	1	\$ 90.000
pilas	\$ 3.000	5	\$15.000
Casetes	\$5.000	10	\$50.000
Resma de papel	\$12.000	2	\$24.000
Honorarios	\$2.307.000		\$2.307.000
TOTAL			\$2.486.000

Los costos estimados anteriormente son para el primer semestre de 2007, tiempo que durará la pasantía.

NOTA: Se utilizarán los equipos de cómputo, edición y emisión de la Universidad Industrial de Santander.

1.3.1.7 Jerarquía Del Proyecto

1º Nivel: Directora de Comunicaciones: Comunicadora Social - Johanna Delgado Pinzón.

2º Nivel: Coordinadora Emisoras UIS: Comunicadora Social – Claudia Mantilla.

3º Nivel: Coordinadora Emisora UIS AM: Comunicadora Social – Idania Ortiz

4º Nivel: Pasante en Comunicación Social y Periodismos: Linney Uribe Barbosa

1.4 ESQUEMA DE TRABAJO

1.4.1 Cronograma

ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
FASE 1 Propuesta	X	X				
FASE 2 Documentación, montaje de programas			X	X		
FASE 3 Piloto, puesta en marcha				X	X	X
FASE 4 Entrega informe final.						X

1.4.2 Resultados Esperados

- Con la ejecución de este proyecto, se pretende no sólo enriquecer la programación de la emisora UIS AM, sino también abrir un espacio en el que se pueda llevar a cabo una campaña de prevención en la cuál los derechos humanos juegan un papel fundamental en la realización de cada uno de los radio clips. En la medida en que se avance con el proyecto se vislumbrarán nuevas metas, que ayudarán a mantener el programa en construcción y renovación continua.

II. INFORME CENTRAL

El tráfico de personas es un mal que está apoderándose del mundo. Existen estrategias y movimientos que permiten que este flagelo se inmiscuya diariamente de manera corrosiva en los seres humanos.

El desarrollo de este proyecto, titulado “Realización y producción de una campaña radial de prevención en contra de la trata de personas”, ha sido una tarea que a través del tiempo ha permitido informar y notar las diferentes maneras, de cómo se juega con la dignidad del hombre.

Este proceso se ha llevado a cabo por cuatro fases que le dieron orden a la investigación, la realización y producción de una campaña que por medio de radio clips intentaría prevenir a los oyentes de la emisoras UIS, acerca de cómo se puede llegar a ser víctima de la trata de personas, cómo evitarlo, a dónde podemos acudir, las modalidades de este delito; entre otras.

La primera fase dio paso a la propuesta que enmarcaría una campaña radial a través de un formato diferente y creativo como lo son los radio clips. Esta idea tenía como finalidad ofrecer toda la información concerniente a la trata de personas y todas las modalidades que la abarcan, dejar a un lado el término de trata de blancas donde la prostitución era el único delito y mostrarle a la audiencia cuáles y cómo son las redes que trafican con los seres humanos, de qué manera lo hacen y ante todo, darles a conocer que no solo son las mujeres las víctimas de este flagelo.

La fase dos comprendió, la documentación y el montaje de los programas, todo esto fue tratado y llevado a cabo de forma lenta pero acertada, pues para obtener información acerca de la temática, fue importante e

imprescindible la orientación de la Fundación Esperanza. A través de Saida Rocío Merchán, coordinadora de la fundación, se pudo establecer que el género utilizado en los radios clips sería netamente informativo.

Junto a esta fundación se llevaron a cabo varias entrevistas ofrecidas por ellos mismos en las que el eje principal de la temática siempre fue la trata de personas. Durante este proceso hubo un acercamiento personal con la coordinadora de la fundación quien con el ánimo de seguir contribuyendo a la anulación de este delito y más aun si los medios de comunicación estaban interesados en colaborar y comprometerse con métodos de prevención, ofreció toda la documentación textual, gráfica, audiovisual y sonora que permitieran el buen proceso de este proyecto.

Fue así como las temáticas a tratar en cada uno de los radioclips fueron escogidas por su importancia y por ser las más utilizadas por las redes de traficantes. Los guiones elaborados son trece y entre sus contenidos está la siguiente información y modalidades de este delito:

El primer radioclip se llama “vía de extinción” el cual sirvió de preámbulo para dar inicio a esta campaña.

Los siguientes radioclips fueron titulados así:

- Víctimas de la trata de personas
- ¿Qué es la trata de personas?
- ¿Quiénes son los más vulnerables?
- ¿Cómo podemos caer en la trampa o de qué forma somos engañados?
- Trata de mujeres con fines de prostitución
- Turismo sexual con menores de edad
- Trabajos utilizados en conflictos bélicos(desplazados y niños, niñas y adolescentes en la guerra)

- Explotación laboral
- Tráfico de órganos
- Matrimonio servil
- A quiénes podemos acudir
- Estadísticas en Santander.

Cada radio clip en su contenido, hacía un llamado a las víctimas y aquellas personas que posiblemente pueden caer en la trampa, son engañados y explotados, para que de alguna forma valoren su vida, la respetaran y ante todo denuncien este delito.

La llegada a la fase tres dio paso a la edición del material locutado y grabado donde se cumplió satisfactoriamente con la pre-producción, producción y post-producción de los radio clips.

Posteriormente, las emisoras de la UIS transmitieron en medio de su programación con la voz de Alexandra Mantilla, todos los radio clips que informan y advierten al oyente acerca de la trata de personas.

Por último, la fase 4 comprendió una retroalimentación acerca de la continuidad de este proceso que lucha por darle sentido a la vida y a la dignidad del hombre, que le da cabida a los derechos humanos y que por tales motivos no puede terminar ahí, en lo que lo que los radio clips pudieron ofrecer, por eso al final de este proyecto se enmarcan algunas recomendaciones que pueden determinar la continuidad de este proceso.

Para efectos de este informe se anexan los guiones técnicos de cinco radioclips de la serie. De otra parte, en formato de CD se anexa la totalidad de los radioclips. (Ver anexos)

III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Después de diferentes estudios y consultas hechas acerca de la trata de personas, se pudo establecer que es un problema que afecta a gran parte de los seres humanos, personas que sin darse cuenta y por necesidad tienen que soportar el abuso, la explotación, el engaño, el maltrato, las amenazas, entre otras modalidades que atentan contra la dignidad del ser humano, todo porque no tienen otras oportunidades, o simplemente porque no tienen idea que están siendo utilizados y sobre todo que pueden informarse y denunciar.
- Es importante resaltar que el radio clip fue una forma corta de contar de qué manera se puede caer en la trampa, sin embargo es un método bastante eficaz que permite captar la atención del oyente y así lograr que la información llegue de manera más atractiva.
- La Universidad Industrial de Santander (UIS) a través de la dirección de comunicaciones y el grupo de radio permiten y apoyan todos aquellos proyectos que al difundirse emitan un mensaje de crecimiento tanto educativo como personal, por tal razón, las emisoras UIS, tienen como propósito generar espacios en el que su contenido sensibilice al ser humano, sobre sus deberes y sus derechos con la sociedad, donde el oyente no solo sea un receptor más sino un aprendiz de conceptos y situaciones del diario vivir.

RECOMENDACIONES

- Las diferentes temáticas tratadas, darán paso al encuentro con un problema que constantemente se ve en muchos lugares del mundo. No solo la prostitución es trata de personas, miles de seres humanos son explotados diariamente en diferentes situaciones, y es tanta la desinformación que nadie se atreve a denunciar; por tal motivo se hace indispensable que exista una continuidad del proyecto, de esta manera no solo se comunica, también se lucha y se refleja un contexto que afecta y maltrata la dignidad del hombre.
- El ser humano debe ser conciente que su cuerpo, su trabajo, su vida, sus actitudes y aptitudes son dignos de valorar y respetar, por estas razones es indispensable que las personas en si mismas, se mantengan informadas y una vez logren constatar que son víctimas de la trata de personas, denunciar ante las autoridades.
- Los diferentes medios de comunicación debe crear una alianza en donde se logre establecer una campaña unificada que prevenga y a la vez denuncie los hechos que atenten contra la dignidad del ser humano.
- Un medio de comunicación institucional, debe procurar interesarse más por la programación que eduque y sensibilice a sus seguidores; buscando crear más espacios en los que a través de profesionales en el tema se le de un aporte de conocimiento y conciencia a las posibles víctimas.
- La Universidad Industrial de Santander, a través de los medios de comunicación que maneja, podría crear mecanismos que controlarán y

advirtieran a la comunidad tanto estudiantil como en general de los diferentes factores que atentan contra la dignidad humana. Educar no solo se trata de instruir en las aulas, la educación también depende de los valores y el respeto del individuo y la sociedad.

4. BIBLIOGRAFÍA

- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LAS MIGRACIONES. ¿Qué es el tráfico de personas? Documento en línea consultado el 11 de septiembre de 2007.
En:<http://www.oim.org.co/modulos/contenido/default.asp?idmodulo=122>
- KAPLÚN, Mario. La educomunicación. De medio y fines en comunicación. En: Revista Chasqui 58, Junio de 1997.
- SADI DURÓN, Jorge. “*La comunicación mundo*” editorial Siglo XXI 2003, Pág. 86 UNAM
- KAPLÚN, Mario, “*Producción de programas de radio*”, Editorial Crenecca. 1994 Pág. 49
- KAPLÚN, Mario. De medio y fines en comunicación. Revista Chasqui 58, Junio de 1997. La Educomunicación.
- MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Políticas para la radiodifusión en Colombia. Documento en línea consultado el 3 de octubre de 2006.
En:http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/user_docs/Archivos/Sectorial/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf página 12.
- ACNUR. Trata y tráfico de personas. Documento en línea consultado el 11 de septiembre de 2007
En: http://www.acnur.org/index.php?id_pag=2038

- ÁLVAREZ OROZCO, Alfredo. Universidad Pontificia Bolivariana. "Aproximaciones a la definición de radio clip". Universidad Pontificia Bolivariana (Seccional Bucaramanga), Facultad de Comunicación Social y Periodismo, 2005.
- FUNDACIÓN ESPERANZA. Cartilla: Alto al tráfico de niños, niñas y jóvenes, 2005.
- TRAFICO DE PERSONAS EN COLOMBIA, primer encuentro Nacional sobre Tráfico de Personas en Colombia 15, 16,17 de Noviembre de 2000, Bogotá D.c., Colombia.
- FUNDACIÓN ESPERANZA y asistencia oficial para el desarrollo, Japón. Folleto: Guía para el viajero.
- POLICÍA NACIONAL. Revista 'Criminalidad', No.43, del año 2000
- PROTEGIENDOLES. Conceptos turismo sexual. ¿Que es explotación sexual comercial?
Documento en línea consultado el 16 de Abril de 2007
En: <http://www.protegiendoles.org/sitios.htm>
- CAMPAÑA NACIONAL EN CONTRA DE LA TRATA DE PERSONAS. Documento en línea consultado el 13 de Abril de 2007.
En:http://www.conexioncolombia.com/conexioncolombia/resources/get_resource.jsp?ID=668

ANEXOS