



---

**La comunidad Digital de Radios en Bolivia**

<https://sites.google.com/view/surismicuri/radios-de-bolivia?authuser=0>

**Proyecto desarrollado por:**

**Adriana Cortez Arellano**

**Jaqueline Sandoval Orosco**

**Laboratorio 04**

**Nuevos formatos y tecnologías para radio**

**Lunes, 29 de noviembre de 2021**

**PROYECTO**  
**PLATAFORMA COLABORATIVA COMUNIDAD DE RADIOS**  
**PAGINA WEB SURI SICURI.COM**

**1. Resumen ejecutivo**

“APASIONADOS POR LA REDIO SIN FRONTERAS”

El Presente Proyecto nos lleva a re-pensar en radios “terrestres” tal como las conocemos hoy Frecuencias Moduladas FM, en radios sin fronteras capaces de conquistar a las nuevas audiencias a través del uso correcto de las diferentes plataformas en internet.

Ello significa pensar que, de los mismos propietarios, productores, locutores y todo el personal inmerso en esta pasión, pueden salir los futuros Community managers, Diseñadores de páginas web, Diseñadores gráficos para redes sociales, TikTokers publicitarios, Productores audiovisuales para Redes Sociales y lo Fotógrafos publicitarios.

Proponemos que el salto digital resignifique un cambio total de cosmovisión para que no continuemos rezagados pensando hoy en chiquito tal como conocimos a nuestras radios analógicas.

Y ese cambio total a lo digital está en cada uno de nosotros y en nuestra voluntad de aprender y crecer juntos impulsados por una Plataforma en la Red, totalmente Colaborativa en una Comunidad de Radios, donde encontremos esa asistencia virtual y motivación para aprender haciendo y aprender juntos en nuestra página web “SURI SUCURI.COM”:

<https://sites.google.com/view/surismicuri/radios-de-bolivia?authuser=0>

**2. Planteamiento del problema**

El problema que hemos identificado es que actualmente no hay un uso correcto de las diversas plataformas. Si bien las radios identificadas en Cochabamba, La Paz y Tarija tienen cifras interesantes de seguidores, como Radio Luis de Fuentes en Tarija que casi llega a cien mil y Radio Kausachun coca en Cochabamba que supera con mucho el medio millón de seguidores en plataformas como facebook, no existe un contenido que considere aspectos que caracterizan a las diferentes plataformas como: públicos, horarios de mayo tráfico y características del material que están difundiendo a través de las radios sociales.

### 3. Objetivos y retos

Convertir a radialistas en REDalistas, es decir capacitados para competir y posicionar su radio en la dinámica interactiva de las Plataformas digitales. Hablamos de una capacitación dinámica, un aprender y compartir conocimientos juntos en nuestra comunidad de radios en Bolivia a través de nuestra página:

<https://sites.google.com/view/surisicuri/radios-de-bolivia?authuser=0>

### 4. Estudio de preferencias o necesidades de la audiencia

Realizamos análisis de casos, realizando un seguimiento en la diferentes Plataformas digitales a las siguientes radios de Cochabamba y Tarija, tal como sigue el siguiente cuadro:

**Cuadro 01 de observación de radios que utilizan plataformas sociales**

Radio	Ciudad	Plataformas que utiliza	seguidores	Público
Luis de Fuentes	Tarija	Facebook	90.554	Adulto joven
		Instagram	101	
Riosol	Tarija	Facebook	540	Adulto
		Instagram		
Fides	Tarija	Facebook	7.698	Adulto
		Instagram	676	
Centro	Cochabamba	Facebook Youtube Twitter Instagram	54,754	Adulto
Kausachun Coca	Cochabamba	Facebook Youtube Twitter Instagram	678,916	Adulto
Hit	Cochabamba	Facebook Youtube Instabram	19,332	Adulto joven

#### **a. ¿Cómo empatizaron con la audiencia?**

Entramos en contacto con los dueños, directores y/o encargados de Redes Sociales de las mencionadas radios del Cuadro, aplicando con ellos primero una entrevista en profundidad y luego una encuesta de información general, percepción y uso de plataformas digitales.

#### **b. ¿En qué momentos involucraron al grupo meta en el desarrollo de su propuesta?**

Enviamos a nuestros entrevistados una encuesta para medir su grado de interés en participar de una capacitación en una plataforma digital para enseñarles paso a paso, también con un chatboot y todos respondieron como un SI rotundo para informarse y capacitarse en una Plataforma digital que reúna a las radios en una comunidad donde puedan aprender y participar, buscando mejorar su presencia en Plataformas digitales.

### **5. Detalle del proceso de ideación y de la metodología utilizada**

Comenzamos imaginando el desarrollo de un chatboot de voz, a quién bautizamos como Suri Sicuri que en tiempo pueda responder todas las dudas que puedan presentarse en una capacitación para el manejo adecuado de Plataformas digitales.

Sin embargo, luego vimos que la necesidad básica comienza con rodear a nuestros radialistas de un entorno totalmente digital, allí desarrollamos la idea de una página web que en forma sencilla y clara pueda ser la base para una Comunidad de radios, donde se puedan capacitar, aprender y practicar juntos.

#### **a. ¿Qué técnicas utilizaron para llegar a su propuesta?**

- Entrevistas en profundidad
- Encuestas

#### **b. Para realizar su propuesta, ¿tomaron en cuenta o recogieron ideas ya existentes?**

Presentamos nuestras ideas en nuestras diferentes clases entre los compañeros del Presente Laboratorio 04 en torno al tema y allí fuimos dando forma a una idea que puede materializarse fácil y oportunamente para resolver el problema planteado inicialmente de un manejo inadecuado de las potencialidades de las diferentes plataformas digitales, en el accionar de las radios mencionadas en nuestro Cuadro 01

#### **¿De dónde?**

Analizamos en que plataformas digitales tienen presencia nuestras radios mencionadas en el Cuadro 01, así como los contenidos de los mismos.

**c. ¿Qué aspectos, puntos o consejos dados por los expertos invitados tomaron en cuenta para su trabajo?**

Fueron muchos los consejos recibidos por nuestros invitados, desde su pasión por este medio, su dinamismo, experiencia y su actualización constante. Sin embargo, nos permitimos extraer para el presente proyecto algunos conceptos que nos impactaron:

- Radio **gratis** en línea, Nils Brock
- Podcast **diferentes** y que llaman la atención de Olivier Pipe
- **RED**dialistas de José Ignacio López Vigil.

**6. Plan de negocios o estudio de costos:**

**a. ¿Cuánto cuesta su proyecto?**

Realizando la consulta, se debería invertir al menos 800 Dólares Americanos, para el desarrollo de una página web con las características que deseamos, en cuanto a diseño atractivo y que no resulte pesada para que nuestros usuarios puedan conectarse sencillamente desde sus celulares también.

Dicho monto incluye el pago del hosting por un año.

**b. ¿Tomaron en cuenta los costos reales? ¿Alcanzaron el punto de equilibrio?**

Si, trabajamos los costos con un diseñador de páginas web pero tuvimos que dejar en el camino la idea de un chat virtual de voz en tiempo real al estilo de la asistente virtual de Apple SIRI.

**c. ¿Cómo piensan obtener ingresos?**

De dos maneras:

1.- Vendiendo espacios en nuestra página web, para empresas que brindan sus servicios en:

- Community manager
- Diseño gráfico para redes sociales
- TikTok publicitario
- Producción audiovisual para redes sociales
- Fotografía publicitaria y Diseño de Páginas web

Estas empresas nos ayudarán con TIPS y consejos para ayudar en la capacitación de nuestros REDialistas.

2.- Que nuestros radialistas inviertan pagando costos mínimos para recibir capacitación para el manejo de plataformas digitales, para convertirse en REDialistas.

## **7. Calidad de la idea.**

Proponemos una página web como un espacio colaborativo creado para las radios de Bolivia para que visualicen lo sencillo que es ingresar al mundo de crear contenidos digitales optimizando tiempos y recursos.

Así mismo proponemos expandirnos mediante el registro de más usuarios que puedan aportar con sus conocimientos y así crecer compartiendo mediante la retroalimentación entre usuarios

### **a. ¿Esta idea es disruptiva? ¿Por qué?**

Si, lo es porque proponemos una ruptura en el desarrollo de la actividad de nuestro radialistas, para convertirlos en productores audiovisuales de contenido para Redes Sociales, es decir REDialistas.

### **b. ¿Qué aspectos de la idea sirven para otros periodistas y medios de comunicación?**

Sirven de sobremano para una capacitación express, siendo parte de una comunidad donde nos apoyemos para crecer juntos y compartir ideas para crear soluciones para no quedarnos como profesionales del medio en la época analógica.

### **c. ¿La idea propuesta tiene relevancia social? ¿En qué sentido la idea es relevante para la sociedad, los medios y el periodismo?**

Tiene relevancia social porque estamos hablando de un cambio de chip, de volvernos autónomos, de optimizar recursos, de aprender haciendo y de crear una comunidad de apoyo donde nos capacitamos y no solo aprendemos juntos, también podemos llegar a un intercambio de servicios.

## **8. ¿Calidad del proyecto?**

Nuestro proyecto comenzó con una idea, una hipótesis que responde a un problema, luego pasito a pasito le fuimos dando forma con un objetivo general, luego los objetivos específicos que nos permiten pensar en materializar nuestro objetivo y finalmente nuestra metodología de trabajo que nos permitió formalizar nuestra propuesta.

### **a. ¿Qué elementos de la propuesta fueron prototipados y testeados? ¿Por qué?**

Producimos un podcast, simulando a una asistente virtual SURI SICURI. Les enviamos a nuestros encuestados para medir su grado de interés en la técnica y contenido y todos respondieron como un SI rotundo para informarse y capacitarse en una Plataforma digital que reúna a las radios en una comunidad donde puedan aprender y participar, buscando mejorar su participación en Plataformas digitales.

## **9. Conclusiones**

Agradecemos a todos quienes nos han impulsado, motivado y retado para repensar en nuestra pasión como un retorno a nuestra radio en comunidad, pero esta vez en una gran comunidad virtual, donde la experiencia de muchos radialistas no se quede atrás sino más bien se revitalice aprendiendo de las herramientas actuales que nos transformen en REDialistas interactivos pero ante todo Creativos para llegar, conquistar, aprender y crecer junto a nuestra audiencia.