

**Radio web universitaria en Bogotá.  
Análisis a la producción de radio hecho en internet**

**Autor:  
Camilo Antonio Bravo González**

**Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social  
Campo Profesional: Producción Radiofónica.**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
BOGOTÁ D.C  
2015**

## **ARTÍCULO 23**

**“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

**Presidente del Jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Bogotá D.C. Noviembre 23 de 2015**

## TABLA DE CONTENIDOS

Agradecimientos-----	Pág. 5
Resumen, Abstract -----	Pág. 7 y 8
Problemática -----	Pág. 9
Introducción -----	Pág. 10
<b>1. CAPITULO I: HISTORIA DE LA RADIO -----</b>	<b>Pág. 12</b>
1.1 Historia de la radio en Internet -----	Pág. 12
Radio virtual universitaria -----	Pág. 17
1.2 Historia de la radio en Colombia y marco legal -----	Pág. 19
1.3 Radio Universitaria -----	Pág. 23
1.4 Marcos Legales -----	Pág. 27
<b>2. CAPITULO II: LA RADIO WEB EN SU ACTUALIDAD Y SU DISCURSO ANTE LA RADIO CONVENCIONAL SINCRONIZADA-----</b>	<b>Pág. 30</b>
2.1 Radio Convencional en la actualidad-----	Pág. 31
2.2 Claves radiales para un análisis hacia los formatos radiofónicos <b>actuales</b> -----	<b>Pág. 33</b>
<b>3. CAPÍTULO III: OBJETO DE ANÁLISIS -----</b>	<b>Pág. 36</b>
3.1 Objetivos a seguir de una emisora universitaria virtual-----	Pág. 37
3.2 Análisis -----	Pág. 45
<b>4. CAPITULO IV: CONCLUSIONES DE ANÁLISIS Y PROPUESTA DE PRODUCCIÓN -----</b>	<b>Pág. 71</b>
4.1 Producción en radios universitarias visitadas -----	Pág. 74
<b>5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES -----</b>	<b>Pág. 79</b>

## **Agradecimientos**

A veces se necesita de la dificultad para demostrarse así de que esta hecho cada uno de nosotros. Por eso le agradezco a la dificultad que hizo valerme por este trabajo, le agradezco a cada obstáculo que en estos años me fue reflejando para que puedo servir y por qué vivir.

Este agradecimiento se expande a cada uno de quienes me quiso ver culminar mis estudios y que al escuchar avances de este proceso, me deseaba la mejor energía. Agradezco a mi asesor de tesis Miguel Andrés Carvajal Navas que por su orientación y dedicación entendí que el medio no solo está lleno tecnicismos y teorías, sino de seres humanos quienes debemos impulsar para que sean mejores cada día. A toda la emisora javeriana estéreo quien me hizo un ciudadano más integral, a mis amigos quienes estuvieron pendientes de mi proceso como estudiante y que terminaron siendo mi laboratorio para entender mi personalidad.

Le doy gracias a la vida por darme esta oportunidad de estar en una Universidad como la Javeriana, pero este ciclo no habría sido ejecutado si no hubiera sido por la ardua labor de mi familia. Por cada deseo de un buen día, por cada pedazo de pan que recibí, por cada lágrima de angustia o felicidad que se vivió durante todo este proceso, les quedo debiendo esta vida y la otra por hacerme sentir como un ser humano privilegiado, gracias a ustedes soy feliz.

Podre morir tranquilo porque estoy muy agradecido con lo que he tenido, tuve y tendré en esta vida, agradezco por vivir en esta época, ya que sin haberlo estado, nunca podría haber hecho este trabajo sobre la primera pasión artística en mi vida; la radio. Finalmente agradezco a quienes trabajan, estudian y velan por un mundo mejor del cual vivimos, pues entregar este trabajo me hace sentir parte de ese esfuerzo.

**Bogotá, D.C., 30 de Noviembre de 2015**

**Doctora Marisol Cano Busquets**

**Decana Académico Facultad de Comunicación y Lenguaje**

**Pontificia Universidad Javeriana**

**Asunto:** Presentación Trabajo de Grado.

**Respetada doctora:**

Adjunto, con toda atención, me permito presentar ante usted el Trabajo de Grado titulado "Radio web universitaria en Bogotá. Análisis a la producción de radio hecho en internet" elaborado por el suscrito para optar por el título de Comunicador Social en el campo profesional Producción Radiofónica, dirigido por el CS Miguel Andrés Carvajal Navas docente del campo de Producción Radiofónica en la facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.

Aspiro que este trabajo sea de su entera aceptación y sirva como aporte de conocimiento a los actuales y futuros comunicadores. Anticipo mis agradecimientos por su gentil colaboración.

Cordialmente, Camilo Antonio Bravo González, estudiante Comunicación Social

### **Resumen**

La producción de radiofónica en las emisoras universitarias está evolucionando hacia una convergencia gracias al internet. En este trabajo se analizara como estas emisoras están utilizando esas herramientas digitales que hibridan plataformas de comunicación, para el bien del uso académico.

En primera instancia se hará un recorrido histórico a las emisoras universitarias norteamericanas, latinoamericanas y colombianas. Aquí también se revisara el estilo en el cual

se ha sostenido el internet dentro de estos espacios académicos, teniendo en cuenta el impulso de las emisoras comerciales en el manejo del producto radiofónico.

El segundo capítulo se refiere a la posición de las emisoras virtuales hacia las emisoras convencionales y como sus planes del medio condicionan sus proyectos, aprovechando las mismas herramientas que dan las emisoras universitarias que van por internet.

Después de dar un primer vistazo hacia las emisoras universitarias, se analizarán a seis emisoras universitarias por observación a sus páginas de internet, la forma de aprovechar los denominados “gadgets” que proponen las nuevas teorías de realización radiofónica. Se analizarán emisoras bogotanas que operan en el medio universitario, donde los estudiantes están construyendo su propio aprendizaje, a través de distintas estrategias de comunicación que proponen las instituciones que mantienen una plataforma radial en internet.

Finalmente se brindará una propuesta de organización hacia los programas radiofónicos que emiten estas emisoras, después de revisar el proceso de preproducción, producción y postproducción. **Palabras claves: Internet, producción radiofónica, radios universitarias, gadgets, emisoras virtuales, páginas web.**

## **Abstract**

Production of radio stations in college, is moving towards a convergence thanks to the Internet. In this paper we analyze how these radio stations are using these digital tools that hybridize communication platforms, for the sake of academic use.

At first sight, it will be a historical journey to the North American, Latin American and Colombian college radio stations. In this phase, we revise the style in which the internet has been held within these academic spaces, taking also into the account of commercial broadcasters in the management of radio product.

The second chapter deals with the position of the virtual stations to conventional broadcasters and their condition for their projects, using the same tools that are given to college stations that are online.

After taking a first glance at the college radio, there will be analyzed six college radio stations from Bogotá by observing their websites, and verify how are these platforms utilizing the so-called "gadgets" that are being propose in new theories of radio realization. It will be analyzed from Bogota stations operating in the university environment, where students are building their own learning, using different communication strategies proposed by institutions that maintain an internet radio platform

Finally a strategy will be proposed by organizing radio programs that broadcast these stations, after reviewing the process of preproduction, production and postproduction.

**Key Words: Internet, radio production, college radio, gadgets , virtual stations , web pages.**

## **Problemática**

Radiando web se lanzó al ciberespacio como la emisora alternativa de la universidad Javeriana en 2009 con el propósito de ser la “Emisora virtual hecha por jóvenes javerianos, dirigida a universitarios; desde ese momento se inició su carrera en el mundo de las emisora de radio web. A diferencia de Javeriana Estéreo 91.9 Fm - su paralelo radial al interior de la universidad - , transmite en la plataforma web y no en el FM; esta diferencia mediática implica nuevos modelos de pre producción, producción y postproducción específicos para el contenido web.

En el desarrollo de la actual propuesta de Radiando Web es posible identificar algunos problemas operativos de carácter logístico, conceptual y funcional que no le han permitido cumplir con todas las expectativas de lanzamiento, ya que el espacio que brinda a los estudiantes carece de una formación guiada que permita aprovechar todas las bondades de este medio de comunicación, algunas de estas características son la arquitectura y ubicuidad, especificidad de contenidos, participación, contenidos sincrónicos y asincrónicos, la integración de contenidos y algunas otras características que deben tomar en cuenta reunir las emisoras web en el desarrollo de sus contenidos



En el desarrollo de este trabajo pretendemos realizar un recorrido histórico por algunas de las características históricas de la radio en internet, identificar su evolución desde la web 1.0 hasta la 3.0 y realizar un acercamiento al caso de las emisoras web en Bogotá como parte del contexto que rodea a radiando web para reconocer sus fortalezas y debilidades como medio universitario.

## Introducción

*“La radio es una forma de expresión en permanente construcción. La búsqueda de la identidad en la radio universitaria colombiana no ha concluido, por el contrario apenas se inicia.”*

*Guillermo Gaviria, Analisis de audiencia*

La necesidad de las emisoras universitarias al generar un impacto en la academia y en el desarrollo de los estudiantes, ha sido afectada por la existencia de herramientas que son claves para su utilización y mejoramiento al momento de exponer su estructura. El internet ha brindado esta utilidad para generar diferentes escenarios, hibridando los diferentes medios como la televisión, prensa y alternativas comunicativas (Rubio, 2015) . La radio inicia participando en esta convergencia que da el internet, ya que a través de su historia esta plataforma ha sido condicionada por las diferentes iniciativas socioculturales, escenario en el cual la academia investiga y actualiza los métodos de producción allegados a los términos de su realización.

Las emisoras universitarias en Colombia realizan este ejercicio radial, utilizando nuevas alternativas en los términos de conectividad con la audiencia, que termina cambiando su definición a usuario por la aplicación de estas herramientas que obligan a estas plataformas a ser multifuncionales.

Los usuarios al escuchar estas emisoras virtuales terminan exigiendo un mismo parámetro de organización y de calidad, al igual que otras páginas que redondean los medios o que muestran cómo de manera contundente el manejo del internet. La integración, la ubicuidad, la arquitectura, la variedad en su contenido y los diferentes ítems han hecho que el internet sea un espacio ameno para que las radios virtuales puedan intensificar el término de interactividad con el usuario.

La cultura Colombiana ha enfrentado esta adaptación implementando las denominadas TICs (Tecnologías de la información y de la comunicación) irrumpiendo en el rol del usuario para que comenzara a aprender, utilizar, aplicar, y leer el periodismo y las comunicaciones en esta nueva propuesta. Las emisoras universitarias que van por internet en Bogota, necesitan de

estas herramientas para exponer el trabajo que se está haciendo con los estudiantes y como los protagonistas de este formato están agregando las nuevas técnicas de hacer comunicación con la hibridación de los medios, incluyendo la plataforma radial.

El reto se expande al revisar cómo estas plataformas multimediales terminan utilizando el actualizado término de *Mass Media*, qué métodos de organización están brindando para su estructura, como renuevan la manera de distribuir el contenido a diario. Estos desafíos terminan siendo una amenaza que podría recaer en un paradigma nada ejemplar para quienes se preparan para ser comunicadores, al igual que los usuarios que terminan siendo los jueces de tal ejercicio porque representan la cultura y sociedad que está viviendo su propia contemporaneidad con la propuesta del internet.

## CAPÍTULO I: HISTORIA DE LA RADIO

### 1.1 HISTORIA DE LA RADIO EN INTERNET

*"Quiero desear una especial bienvenida a todo el mundo que está metida en Internet esta noche y ha entrado gracias a la tecnología del Mbone. Espero que no se colapsé".*

**Mick Jagger, Enero 18 de 1994, Primer concierto por internet.**

Carl Malamud, un tecnólogo interesado en el devenir de las tecnologías y su influencia en las sociedades (Malamud, 1997, pp. 68) quiso realizar un experimento para comprender los potenciales del internet en nuestra sociedad.

Solo por este gusto crearía en 1993 la iniciativa "Public.Resource.org" una página en internet que se dedica a la publicación y el intercambio de materiales de dominio público en los Estados Unidos y a nivel internacional - un objetivo que Twitter y Facebook manejan actualmente como un principio fundamental dentro de sus plataformas - Malamud además de estar constantemente trabajando en la tarea de investigar que estaba pasando con la sociedad y el internet, estaba asiduamente tratando de explicar sobre leyes estatales del gobierno de los estados unidos en este espacio. Proyectos universitarios fueron ubicados en esta página y Carl Malamud para intensificar su trabajo decidió hacer un programa de radio llamado "Internet Talk Radio", la idea era consultar con expertos de las computadoras sobre las propuestas que se estaban manejando en las universidades, como ellos pensaban que se iban aplicar en un futuro y cómo podrían entrar a trabajar teniendo en cuenta que el gobierno de los estados unidos quería tener conocimiento de estos advenimientos. (Geek of the week, 1994)

Pero la decisión de transmisión del programa no fue hacerla en el habitual dial; esta posibilidad iba ser tenida en cuenta por un equipo de ingenieros de sistemas liderados por Martin Lucas, que por medio de la técnica elaborada por Webcast, podían transmitir el contenido del programa de Malamud. Logrando en vivo la primera transmisión por streaming en vivo con baja calidad que no superaba las 64 pulsaciones por segundo, el equipo creativo y técnico de "Public.Resource.org" pudo lograr la primera emisión radial en internet; su primer invitado era el profesor Dr. Erik Huizer quien para el 2014 sería inducido al salón de la fama del internet. (Internet society, 2015, pp. 3)

A continuación la descripción del podcast subido directamente por el equipo de “Public.Resource.org” en la página de Internet Talk Radio por medio de la sección “Geek of the week” para el 31 de Marzo del año 1993:

Carl Malamud entrevista a Dr. Erik Huizer de SURFnet BV, un proveedor de servicios de red en los Países Bajos. Dr. Huizer, además de sus funciones para el desarrollo de la red de SURFnet es el Director de Área en el Grupo de Dirección de Ingeniería de Internet para el Área de Aplicaciones. En el IETF (Internet Engineering Task Force) que incluye temas clave como el descubrimiento de recursos.

*“En esta entrevista, Carl Malamud y el Dr. Huizer cubren una amplia gama de temas, incluyendo el futuro de los sistemas de mensajería en un mundo multiprotocolo y el papel de la PTT (Push to talk). Dr. Huizer va a discutir la internacionalización de Internet y el futuro de la red troncal europea multiprotocol (empb). “*

*Geek of the week (31-03-1993)*

*Public Resource* se iba a convertir en un referente de los impulsos sociales que hasta el sol de hoy trabaja por la divulgación del contenido gubernamental para que la información sea contemplada por todos los ciudadanos estadounidenses. Campañas como “Yes We Scan” que permite escanear todo documento público del gobierno en la internet, y la licitación del medio para que el canal del congreso de Estados Unidos llamado C-Span dejará en el internet todo el contenido de los debates, fue el trabajo mediático que impulsó a que esta página no dejara trabajar por el bien de la propagación de la comunicación. (publicresource.org, 2012)

La idea sería aprovechada por viejas plataformas radiales y también por productores de audio dedicados a la transformación del almacenamiento de entretenimiento. Esta revuelta invito a que estaciones de radio como la cadena WXYC de la universidad del Norte de Carolina creará una señal para los radioescuchas impulsada por el software creado por los estudiantes de la universidad, llamado “SunSITE.unc.edu” un programa que más tarde llevaría el nombre de *Ibiblio*, un servicio exclusivo que subía todos los programas que iban en vivo transmitidos por el dial, a la página de la universidad (Paul Jones, 2013)

En el mismo año -1994- la banda de Rock "Rolling Stones" y su equipo mediático pudieron transmitir uno de sus conciertos (Strauss, 1994) Neil Strauss, periodista musical del diario *New York Times* en 1994 cubrirá el evento escribiendo sobre la experiencia de la transmisión de la banda:

"¿Cuál fue la primera banda de rock en el ciberespacio?"... "aunque los Rolling Stones afirmaron que realizaron el primer gran concierto en directo por Internet en sus comunicados de prensa, no fueron la primera banda en hacerlo. Al menos otros tres grupos ya lo habían hecho. Un grupo de rock de Seattle llamado Sky Cries María afirmó que ellos tienen tal distinción cuando enviaron una presentación en directo a través de la *M-Bone* hace dos semanas, aunque un grupo poco conocido llamado Deth estuvo en la *M-Bone* en agosto, y Severe Tire Damage realizaron uno en junio de 1993 . (Strauss, Noviembre de 1994)

La plataforma *M-Bone* (Multicast BackBone) marcó una era para que el internet pudiera aprovecharse de una manera que ni sus creadores Kevin Savetz, Neil Randall, y Yves Lepage sabían de la capacidad de la interfaz de esta herramienta. La tecnología de este código software que impulsó para que en próximos años - nos ubicamos alrededor de 1996- pudieran a través de otros aplicativos de lectura de audio pudieran conectar a varios usuarios a escuchar de un sonido impecable gracias a la capacidad de envío y almacenamiento de audios que tenían 128 kbps, emparejando a el sonido que poseían algunas emisoras en amplitud modulada. (Savetz, pp, 49 1998)

La herramienta optimizó el servicio de escucha en internet, generando los primeros servicios de streaming de la época, dando ejemplos de transmisión como el ya dicho en WXYC de la Universidad de Carolina del norte, el de IUMA que se consolidó bajo el nombre de "*La voz de América*" donde introdujo el almacenamiento de carpetas para los programas abierto para todos los usuarios que querían escuchar programas desde internet gracias al código creado por RealAudio en su primeras versiones que más tarde por la actualización de este software se podrían descargar y cargar cantidades de audios en diferentes programas. (Kortekkas, 2009) (RealMedia An Update, BBC.com), IUMA se enfocaría en dejar por escucha y descarga audios que retrataban cualquier idioma que se encontraba en el continente.

El video mail que irrumpió en 1997, cuando se podían mandar videos de muy baja calidad - videos de quince segundos a 30 MBPS - esta cualidad que brindaba la MBone, según Kevin

Savetz, autor del manual de servicio de esta herramienta se preguntaría en el cuarto capítulo, si en un futuro, actualizando el código del MBone a una décima versión -el M-Bone era una herramienta que se encontraba en su segunda versión cuando se lanzó el manual- llegaríamos a poder descargar videos de diez minutos en cuatro minutos. (Savetz, 1998)

La investigación de un código más sólido para la magnitud de la tecnología del M-Bone daría por fin cuando se introdujo la videoconferencia en numerosas herramientas de comunicación, puesto que en un futuro sería catalogado como un avance para alcanzar hibridar los soportes que rodeaban la tecnología del formato audiovisual con el telefónico - en un futuro lo contemplamos en aplicativos como Skype, Facetime entre otros - Dado que los operadores de la mayoría de los routers de Internet tienen discapacitados la multidifusión IP debido a sobre el seguimiento del ancho de banda y la facturación , la M-Bone fue creado con el fin de conectar las redes de multidifusión sobre la infraestructura de Internet existente. (Nahrstedt, 2011)

Las ventajas que daban RealAudio con la optimización del sonido llegando a 128 kbps con los archivos (.dnet) y el MBONE logrando una distribución de conectividad más completa y estructurada, llegaron los años de las transmisiones de 24 horas al aire. Primero en Estados Unidos se hizo una reajuste hacia las infracciones que se podrían lograr si se retransmite de manera ilegal la copia de los audios en diferentes medios, por eso el congreso de los Estados Unidos para Febrero de 1998 creó el acta de la Ley de derecho de autor digital del milenio. (United States Code, 2010) (17 U.S.C., Criminal offences)

Esto deliberó socio-culturalmente a varios países a realizar nuevas actualizaciones a la utilización del contenido en internet, que por ejemplo en Gran Bretaña, Virgin Company ya tenía desde 1993 la emisora 1215 AM y que en 1997 logra entrar a la frecuencia modulada con la línea 105.8 FM. (Virgin, 2007) Para el 2001 la compañía del emprendedor Richard Branson, entraría a internet a estar por 24 horas, con un servicio nuevo de streaming propuesto por QuickTime un software creado por la compañía estadounidense Apple Inc. en 1991, un servicio para comenzar a reproducir los videos en sus diferentes computadores. En esta oportunidad, Virgin Radio para lograr su transmisión comenzó utilizando el servicio habitual de streaming que era el de RealAudio en la versión cuarta donde ya maneja un códec superior a lo que se había propuesto en la Universidad de Carolina del Norte, RealAudio 4 tenía como objetivo ubicar el sonido Dolby Ac3, un algoritmo adaptado por los estudios musicales de grabación y

que como de primera medida se utilizó para comprimir el sonido acústico, pues las siglas del Ac3 significant (Adaptive Transform Acoustic Coding). Era un sonido muy avanzado para el parámetro radial de la época, Virgin veía un complejo sistema en el cual no podía suplir y prefirió la herramienta de QuickTime (The Guardian, Mayo 30, 2011) que llevaba trabajando en su tercera versión el MPEG-1 Layer 3, que por simplicidad se conoce como él (mp3) (Apple developer, 2007)



## Radio Virtual Universitaria

“ Cuando apareció la televisión se dijo que la radio se acabaría, que el nuevo medio nos iba a arrinconar, pero ha ocurrido al contrario, yo creo que la radio está hoy más fuerte que nunca”

**Luis Olmos**

La radio virtual universitaria ha sido establecida desde la creación de diferentes herramientas *software* que gracias a la creación de la internet han podido ser parte de la estructuración de métodos técnicos sido un reto para la humanidad crear nuevos espacios de interactividad, por eso la radio que ha dependido muchas veces del contenido que necesita su público, pudo acceder a estas nuevas facultades sin complejidad legal y sociocultural, tal como había pasado en los primeros años de la radio. (Barrios, 2013)

En Estados Unidos fue donde se inició la radio universitaria para comenzar a fortalecer la frecuencia modulada, que en ese entonces era nueva para la sociedad norteamericana. “College radio” fue ubicado por la Comisión Federal de comunicaciones, para dar abasto a la experimentación colegial de las diferentes clases de ontología para empezar la divulgación de información dada por las investigaciones hechas en los salones de clases (Waits, 2015, *Interactions: Studies in Communication & Culture*).

Es por eso que en 1960 esta iniciativa tenía un buen visto de los avances tecnológicos e institucionales de los diferentes trabajos hechos por los estudiantes. La administración de las universidades recibirán una licencia de cuarta categoría, sin embargo, esta garantía que daban para las universidades, iba ser el resultado de todo un trabajo hecho en los anteriores años con base al ejercicio realizado por las universidad en la modulación ampliada. ( )

En los años veinte, en Sheck Steady, Nueva York se comenzó a d en la universidad Unión College, una expansión del concepto artístico hacia el estudiante para comenzar a construir el estudio de este tipo de actividades en nuestra sociedad. El arte fue el detonante en esta universidad que ubico en la frecuencia ampliada, en donde comienza la exploración de lo que podría entregar la radio. ( ) Su dirección radial era 640 AM y se dice que fue la primera emisora

de todo el país además de ser universitaria, su alcance era de mil millas y se podía emitir en la ciudad de Nueva York que por este tiempo se estaba convirtiendo en una gran ciudad de iniciativas financieras.

El deporte fue parte también del proyecto, el baseball, el fútbol americano y el baloncesto entre otros deportes que hacían parte de la cultura de este país fueron expuestos. ( ) Esta emisora primero se enfocó en la utilización del medio para la sociedad, desde la difusión de noticias que se consideran trascendentales en la cultura y experimentaciones de alcance en el espacio electromagnético.

Esta influencia de la radio había llegado a cierto agrado por cualquier medio universitario que en menos de diez años la universidad ubicada en Connecticut. Era en la universidad que en el tema deportivo mantiene un fuerte que ha sido fundamental en la preparación de atletas que van a representar a Estados Unidos en juegos mundiales o los tradicionales juegos olímpicos ( ). La estación WABL se creó en 1922 y cuando se estructura de manera organizacional, la emisora y la universidad acuerdan construir dos torres de 31 metros para conseguir una mejor recepción. En este caso las dos torres podrían abarcar 500 watts y también propensas a recibir una mejora por la capacidad de altura que tenían las estructuras hechas en hierro, por eso este proyecto de la universidad de Connecticut pudo avanzar durante los tiempos en donde Estados Unidos pudo volverse hegemónica en la vanguardia de las comunicaciones.

## 1.2 HISTORIA DE LA RADIO EN COLOMBIA Y MARCO LEGAL

"Me es singularmente grato presentar a usted un saludo efusivo en esta ocasión; así como mis congratulaciones muy sinceras y mis votos fervientes porque el adelanto que desde hoy va a gozar y a aprovechar Colombia y que la humanidad le debe al soberano genio de usted, sea prenda de mejoramiento moral y material para el pueblo colombiano, que se despierta a las esperanzas y propósitos de una vida de esfuerzo y de conciencia de sus potencialidades y de sus responsabilidades"

*Presidente - Gral. Pedro Nel Ospina en un telegrama a Marconi en Abril 23 de 1923, recuperado La revista de credencial en (16 de Enero 2012)*

La radio en Colombia tiene varias versiones en cuanto a sus primeros pasos para el desarrollo de este medio. Para 1925, según Nubia Flórez, una antropóloga de la Universidad del atlántico, recopiló información que asociaba el inicio de la radio en Barranquilla y que su organizador fue un radioaficionado llamado Elías Buitrago Pellet.

Un trabajador de la agencia consular de los Estados Unidos que se ubicaba en Sabanilla, un corregimiento del Atlántico que tenía fácil acceso al mar y embarcaciones del extranjero (Ruiz Hernández, 2013)

En el siguiente año - en 1926 - se mudó con el consulado para Barranquilla donde las oficinas de diferentes entidades estaban comenzando a centrar lo que llegaba fuera del puerto en ciudades centrales y Barranquilla gracias al diario "The Shipping List" un periódico que informaba a los ciudadanos de Puerto Colombia sobre los últimos recibos que llegaban a la bahía. Elías Buitrago Pellet mientras trabajaba con el consulado estadounidense, realiza actividades como leer e investigar sobre ingeniería, además su pasión por el desarrollo de la plataforma radial. Pellet había experimentado con esta iniciativa en los Estados Unidos; el gobierno Colombiano se encontraba revisando con el ministerio de comunicaciones que para la década de los años 20 era llamado ministerio de Telegrafía y mensajería. Las primeras pruebas constaban de un solo kilovatio pero la transmisión inicial alcanzó a escucharse desde Perú y Ecuador, quienes también se encontraban en las primeras etapas de emisión, (Bustamente, 2012).

La radio nacional de Perú junto a la emisora AOX de este país ya llevaban un año de trabajo y pudieron dar apoyo para que Colombia tuviera éxito en estas pruebas. Al igual que en Ecuador desde "La voz de los andes" HCJB la señal de poca potencia podría llegar a estas estaciones.

Estas pruebas se tuvieron que completar en estos países debido a que en Colombia no habían bastantes sintonizadores para brindar un resultado de prueba efectiva, sin embargo, el liderazgo de Pellet logró que el ministerio de telegrafía y mensajería, pudiera en 1929 comenzar a vender sintonizadores para ciertos sectores y emitir lo que sería la voz de Barranquilla. (Moreno, 2011)

Esta emisora al comenzar a transmitir bajo los catorce hertz, sufriría la temprana muerte de Elias Buitrago Pellet a sus 31 años por razones desconocidas. Este hecho hizo que el legado de este radioaficionado comenzará a propagarse por eso desde 1935 comienza la época pionera de la radio en Colombia, emisoras como “La voz de la Víctor” liderados por Manuel J. Gaitán quien también impulso a la industria del vinilo realizando convenios con RCA; Julio Bernal de radio Santafé, Gustavo Sorzano y Francisco Bueno en Bucaramanga, Antonio y Rafael Fuentes en Cartagena y a los hermanos, Alford, fundadores de Colombia Broadcasting, que se convertiría en Emisora Nueva Granada ya hoy conocida como Radio Cadena Nacional (ACL, 2015)

Estos protagonistas de la radio eran los grandes animadores de grandes radioteatros, los lectores de noticias, los locutores deportivos, las voces comerciales, que hicieron gala de talento y creatividad. En 1940 surgieron “Radio Continental” en Bogotá y las cadenas “Azul Bayer”(2011), originada en Nueva Granada y retransmitida por las principales emisoras del país tres veces por semana durante media hora, también la Cadena “Kresto” con programas nacionales y 23 emisoras enlazadas que presentaban a los cantantes latinoamericanos más importantes del momento.

Como competencia surgió en 1941 la cadena “Bolívar” en Medellín. Estas tres cadenas finalmente desaparecieron el mismo año por la falta de apoyo comercial. (2015) El 9 de abril de 1948, el Gobierno, a raíz de hechos políticos, decidió suspender todas las licencias de las emisoras y de los locutores, otorgando permisos provisionales, lo que propició el surgimiento de la Asociación Nacional de Radiodifusión (ANRADIO), que obligaba a todas las radiodifusoras a afiliarse con el fin de obtener el restablecimiento de sus licencias. (ACL, 2015)

El 11 de septiembre de 1948 se inauguró en Bogotá “Emisoras Nuevo Mundo” y es así que por esa misma época la sociedad propietaria de “La Voz de Antioquia” compra el 50% de

“Emisoras Nuevo Mundo” dando el inicio de la Cadena Radial Colombiana S.A. (CARACOL), fundada oficialmente el 2 de septiembre de 1949 con una transmisión desde el Teatro Capitol de Bogotá.()

A principios de 1949 y con ocasión del primer Congreso Eucarístico Internacional que tuvo lugar en Cali, nació RCN como concepto de cadena. Empresarios de la radio y propietarios de la emisora “Nueva Granada” de Bogotá se unieron con “Radio Pacífico” de la ciudad de Cali para hacer la transmisión del congreso. (ACL, 2011) Fue de tal magnitud el despliegue que terminaron uniéndose en onda corta unas 80 emisoras de todo el país y para evitarse una saturación de nombres se acordó identificar la transmisión como Radio Cadena Nacional.

El 15 de septiembre de 1950 se fundó, por notables intelectuales de la década de 1950, encabezados por los doctores Álvaro Castaño Castillo, Gonzalo Rueda Caro y Eduardo Caballero Calderón, la emisora “HJCK el Mundo en Bogotá” (2011). En 1960 el doctor Jaime Pava Navarro, fundó Radio Súper con la emisora “La Voz del Llano”. En 1971 la Cadena se consolida con su primera emisora en Bogotá.

La Organización Radial Olímpica fue creada en 1969 gracias al empeño de la familia Char de la ciudad de Barranquilla, con un perfil netamente musical. En 1981 inició operaciones el Grupo Radial Colombiano y años más tarde es vendida a una organización religiosa que adopta el nombre de Colmundo Radio. (Pérez y Castellanos, 1998, pg. 44).

De este modo hemos dado un amplio panorama sobre el nacimiento de las más importantes emisoras privadas colombianas y sobre las principales cadenas. Ahora veamos cómo nació y desarrolló una de esas cadenas que ha tenido la radiodifusión colombiana, algunos historiadores afirman que fue la tercera en importancia.

“La Voz de Cali” tenía una programación basada en música popular, avances informativos, y otros espacios que se enraizaron fácilmente entre sus oyentes caleños (Pérez y Castellanos). Su importancia radicó en que ofrecía una programación diferente a la tradicional, otorgando gran importancia al oyente.

El nombre de la Cadena *Todelar*, salió del apellido de su propietario Tobón De La Roche, y como cadena, su primer “slogan” se convirtió en uno de los que más impacto ha causado en la

radiodifusión colombiana: “*Todelar*, el Circuito del Pueblo Colombiano” (2008). El historiador Reinaldo Pareja señala sobre el tema, que el nacimiento de *Todelar* se facilitó debido a la ausencia de cadenas en el occidente del país. En Colombia, para el año de 1953, el occidente del país se encontraba libre de señales radiales. (Miranda, 2008, pg. 81)

Bernardo Tobón de la Roche, fundó ese año a la radioemisora “La Voz de Cali”. Como hombre de negocios notó la ausencia de una cadena radial en el sector occidental olvidado por la concentración de los polos de desarrollo de Bogotá y Medellín. Aprovechando el fenómeno, Tobón de la Roche se dio a la tarea de configurar una tercera cadena radial con suficiente capacidad en potencia y número de emisoras como para hacerle competencia a las otras dos cadenas existentes.()

El 15 de Agosto de 1957, se protocolizó el nacimiento de *Todelar* como circuito nacional. El centro o eje estaba en Cali y participaron otras cuatro emisoras de igual número de ciudades. Las estaciones que iniciaron a *Todelar* como cadena nacional fueron “Radio Nutibara” de Medellín, la más tradicional de la capital de Antioquia y que en ese año tenía como gerente a Jaime García Lobo, en Bogotá fue “Radio Continental”, que fue la emisora matriz del circuito y con la gerencia en esa época de Jorge Palacio, en Barranquilla “Emisora CRC”, cuyo gerente Fernando Franco Bossa, fue uno de los más destacados de la radiodifusión de la Costa Atlántica y en Santa Marta “Radio Magdalena”, que contaba con la gerencia de José Manuel Conde. (Baltazar, 1997)

Estas cinco emisoras del nuevo circuito *Todelar* de Colombia, hacían sus enlaces por vía telefónica, ya que la red nacional de frecuencia modulada sólo fue instalada después del año 1975. Posteriormente la FM también fue vital en el desarrollo de *Todelar*, porque alivió una gran tensión económica que tenía en la época. Inicialmente este sistema cubría a las ciudades de Bogotá, Cali y Medellín, lo que se denominó como el “Triángulo de Oro” de la radiodifusión colombiana. Regresando a los años 60, fue cuando *Todelar* logró despegar informativamente, al igual que lo hicieron otras estaciones. Fue el gran momento de la radio colombiana, toda vez que se le impuso al medio un mayor dinamismo, rapidez e intensidad. Pero la consolidación definitiva de esta cadena radial se logró sin duda entre los años 1960 y 1970, gracias al desarrollo tecnológico. En esa época aparecieron 218 emisoras nuevas, cifra que demuestra la gran rentabilidad registrada por la radiodifusión.

Desde el principio de su creación, *Todelar* buscó desde los inicios de sus espacios noticiosos transmitir la información desde el sitio de los acontecimientos. También *Todelar* se distinguió

por apuntarle a las transmisiones internacionales. El crecimiento de la radio continuó. Para 1977 el número de emisoras ya era de 344. Muchos empresarios vieron en este medio de comunicación un sector ideal para sus inversiones. Además, el café ayudó a diversificar la expansión de la radiodifusión hacia ciudades intermedias. Entre los años 60 y 75 Todelar logró convertirse en la cadena líder del país gracias a su gran visión a la hora de presentar la información noticiosa. ()

### 1.3 RADIO UNIVERSITARIA

“Las emisoras universitarias tienen a su cargo la transmisión de programas de interés cultural, sin ninguna finalidad de lucro, con el objeto 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”.

*Conclusiones citadas en el texto académico “Radiografía de las emisoras universitarias en Colombia” del profesor William Ricardo Zambrano Ayala hechas en el décimo encuentro de la red de Radios Universitarias de Colombia (2012) “Divulgación de la Ciencia en la Radio Universitaria”*

Según Sixto Candela, "las emisoras universitarias cumplen tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística... promueve la cultura y la historia universal, sobre todo la música de alto valor estético y folklórico" (Vilar, et al, 1988). El Profesor Manuel Ortiz Marín de la Universidad Autónoma de Baja California afirma en su posición en el artículo académico “La radio de México” donde define el rol de las emisoras universitarias en los años ochenta como un aporte hacia la cultura, una definición de la educación que refleja a la sociedad, bajo los diferentes formatos radiofónicos; textualmente Marín dice: La principal preocupación de las emisoras universitarias, por lo menos hasta finales de la década de los ochenta era la difusión cultural, definida prácticamente por la emisión de música formal, noticieros y programas de comentarios sobre las artes y la cultura.

El origen de las emisoras universitarias nace por el concepto de aceptación de los diferentes gobiernos latinoamericanos donde se comenzaba a implementar las primeras emisoras comerciales.

En primera instancia en 1924 la emisora de la Universidad de La Plata inauguró bajo el estamento:

*“A la Universidad de La Plata le corresponde la iniciativa de haber empleado una estación radiotelefónica no sólo como excelente elemento de enseñanza e investigación para la Radiotécnica sino también para fines de divulgación científica, o sea, como elemento de extensión universitaria (...). De tal modo, al par que desarrolla una obra completa de difusión cultural, sirve para vincular más aún la Universidad con el medio social en que actúa, devolviendo con ventaja al país el esfuerzo que la Nación realiza para sostenerla*

Esta propuesta trataba por primera vez en el continente lo que iba ser el trabajo de una emisora universitaria, que era tener la ventaja de completar una obra de "extensión universitaria" y "cultura artística", vinculando a la universidad con el medio social en el que vive.”

*Omar Enrique (2009). Aniversario 85 de Radio Universidad Nacional de La Plata. Edulp. pp. 19, 20*

La emisora colegial de la Universidad de Antioquia comenzó a tratar el tema cultural como el objetivo principal de la estación liderado por dos profesores de ciencias sociales de la universidad, José Sierra y Próspero Ruiz. (EQUA, 2007) Este proyecto comenzó como una idea casera donde contaba con un equipo técnico capaz de emitir a un solo Kilovatio, pero para la cultura antioqueña era un avance para los futuros proyectos radiales; se estableció como “La voz de la universidad” ya que perfilaba la vida universitaria en áreas investigativas, la academia, el pensamiento o las expresiones artísticas. La emisora también ayudó a relacionar la institución con la comunidad universitaria teniendo en cuenta en su contenido áreas como la investigación, la academia, el pensamiento o las expresiones artísticas, todo esto bajo la dirección de Julio Cesar Arroyave en 1945, que generó la primera idea de fonoteca para una estación de radio (ACL, 2015) su aporte fue de 1500 discos en formato de acetato, lo que significó un trascendental aporte para la programación, la idea era esquematizar con los discos la escucha de proyectos interpretativos de música clásica, y poder definir este género como lo



identifica varias entidades del continente europeo, como una narrativa tradicional lingüística, lo cual hace parte del entendimiento por cultura. ()

Los medios siempre son marcados por eventos sociales que motivan a la plataforma a expresar todo su potencial eventual, creativo y persuasivo para que el público no se olvide del abordaje de la noticia o lo que pasó en ese momento dado. Para la ciudad de Medellín () la emisora cumplió en la misión de informar, de manera imparcial, todo lo que sucedía en relevancia a lo que pasaba en Colombia. En Abril 9 de 1948, día del histórico “Bogotazo” donde sucedió el asesinato del político y líder social Jorge Eliécer Gaitán, probando formatos radiofónicos y tecnológicos donde ya instaurado el programa radial “Boletín de Programación” el cual se creó para la comunidad en aspectos de información sincrónica.

Esta emisora dejaría de ser un experimento ya que estaba cumpliendo con un resultado óptimo en cuanto a su función de brindar información y, educación en la vida política y cultural y social de Medellín. ()

En comienzos de la década de los 60, entró a funcionar la amplitud modulada para poder expandir la señal a ciudades nacionales como Riohacha, Barranquilla, Santa Marta, Buga e Ipiales. No sería hasta 1977 cuando en Bogotá precisamente el siete de septiembre cuando el padre que había parte de la compañía de Jesús, inauguraré Javeriana Estéreo. La emisora quería reinterpretar la estructura que manejaba la emisora de la Universidad de Antioquia. El ministerio de comunicaciones expidió la resolución No. 0988 de Marzo de 1978, la cual le concede a esta emisora el funcionamiento hasta el presente. Esta concesión tuvo como primera fase, un filtro para ver cómo se encontraba el espacio de trabajo para llevar a la emisora a la frecuencia modulada. (Javeriana, 2015)

El ministerio daría por bien visto la ubicación de la emisora por los 91.9 F.M bajo el liderazgo de su primer director Luis Eduardo Nates. Al otro año, un grupo diferentes vendría a colaborar en los inicios de la emisora donde se preocupó por el mantenimiento de los equipos y también del recurso humano, buscando entre los estudiantes los talentos que podrían brindar otra calidad a Javeriana estéreo, creando contenidos académicos más espacios culturales que proyectaban las actividades de investigación, los diferentes profesores además de servicios especiales de publicidad institucional para la misma Universidad Javeriana.

En septiembre de 1983, fue nombrado como Director Jürgen Horlbeck, quien le dio un gran dinamismo al proceso de transformación de la Emisora, como el traslado del transmisor a un sitio técnicamente más estratégico como el barrio El Paraíso, la adquisición de un transmisor Harris de 10 KW, logrando una potencia efectiva de 15 KW, una consola para la emisión de la programación, una renovación general de los equipos y una programación con franjas musicales especializadas de los géneros más representativos. Dentro de las funciones propias de la Universidad: docencia, investigación y servicio, Javeriana Estéreo presta un servicio cultural a la ciudad.

En abril de 1991 la parte administrativa y financiera de la Emisora se independizó y se creó la Fundación Cultural Javeriana Estéreo, como entidad sin ánimo de lucro y con Personería Jurídica propia. Desde entonces la Emisora tiene como misión ser un medio de formación y extensión cultural, al servicio de la comunidad universitaria y de la sociedad en general. En desarrollo de esta misión, la Emisora busca expresar y difundir el pensamiento y el quehacer universitario, en coherencia con los objetivos específicos de la Pontificia Universidad Javeriana. Ofrece una programación que incluye programas de contenido informativo, académico y de las franjas de música colombiana, clásica, jazz, rock, latina y contemporánea, entre otras, a través de los 91.9 megaHertz de la Frecuencia Modulada de Bogotá.

En septiembre de 1999 se puso en funcionamiento la página web: [www.javerianaestereo.com](http://www.javerianaestereo.com), mediante la cual los oyentes tienen un mayor contacto con la Emisora, consultando la programación especial y escuchando el real audio también vía internet.

Las emisoras pertenecientes a la Universidad de Colombia, la Universidad de Antioquia, la Bolivariana de Medellín, La Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad Jorge Tadeo Lozano, entre otras, también han desempeñado un papel importante en la vida cultural del país a través de la realización de programas de radio llevando cultura y entretenimiento a la comunidad universitaria. ()

## 1. 4 MARCOS LEGALES

*“Por el cual se establecen las condiciones en las que puede el gobierno puede conceder permisos, para la instalación de estaciones transmisoras de perifonía” (Decreto \*\*\* de 1929)*

*Miguel Abadía Méndez*

Las emisoras universitarias han sido parte del origen de estas primeras adjudicaciones ya que siempre han estado al tanto de la utilización de los diferentes requerimientos del estado, y que la legalidad siempre ha existido en la emisión de los contenidos emitidos de una estación de radio. Como podíamos presentar en el exordio de este capítulo, fue hasta 1929, cuando el ministerio de Telegrafía y mensajería dispuso de las condiciones que se emitirían.

Pero sería en 1966 donde se convertiría en una ley y ejercería sobre la realización de los contenidos radiales para que más tarde se convertiría en un decreto dentro de los folios institucionales del país. En 1990 la ley que se citara a continuación, establece los cambios en el decreto 1900, donde se objetualiza el contexto del reglamento de la difusión Radiofónica, modificado en el 2010 con una nueva resolución:

*“ARTÍCULO 1o. OBJETO. Por el presente decreto se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora que desarrolla los alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los concesionarios; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio. “*

*“ARTÍCULO 2o. TÉRMINOS Y DEFINICIONES. Para los efectos del presente decreto se adoptan los términos y definiciones que en materia de telecomunicaciones ha expedido la Unión Internacional de Telecomunicaciones, UIT, a través de sus organismos reguladores, las de los Planes Técnicos Nacionales de Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A. M.) y Frecuencia Modulada (F. M.) adoptados por el Ministerio de Comunicaciones. a) Comunidades organizadas. Se entiende por comunidad organizada, la asociación de derecho, sin ánimo de lucro, integrada por personas naturales y/o jurídicas, con fines comunes y colaboración mutua en beneficio del desarrollo local y la participación comunitaria. b) Sede de la emisora. Municipio para el cual se otorga la concesión para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora.”*

De acuerdo con los dos anteriores artículos se concentró una nueva manera de hacer radio de manera legal, prestando los servicios sociales y comerciales, gracias a la entrada de la frecuencia modulada.

La siguiente fase ya es aprobada en 1989, previo al anuncio de nueva constitución, y que se renovó en el 2010 bajo el gabinete de gobierno de Juan Manuel Santos. El ministerio de tecnologías y comunicaciones consta de un marco legal donde acepta la legalidad y emisión de productos sonoros en emisoras universitarias bajo el siguiente estamento:

*“El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en la Resolución número 00415 del 13 de abril de 2010 establece que las emisoras universitarias “tienen a su cargo la transmisión de programas de interés cultural, sin ninguna finalidad de lucro, 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. Este servicio se prestará a través de instituciones de educación superior, legalmente reconocidas y acreditadas institucionalmente por el Ministerio de Educación Nacional”.*

Esta ley, denomina ciertos parámetros para la realización de radio, que se convierte en un concepto para cualquier tipo de emisora, sea comercial, comunitaria universitaria. Las características generales son:

- *Lineamientos generales para la prestación de los servicios de Radiodifusión Sonora*
- *Obligación de pago de contraprestaciones por concesión y por uso del espectro del Servicio de Radiodifusión Sonora.*
- *Obligación de registro TIC de Radiodifusión Sonora*
- *Funciones del Ministerio TIC (Política, Reglamentación, planes técnicos e inspección vigilancia y control del Servicio de Radiodifusión Sonora).*
- *Funciones de Agencia Nacional del Espectro (Vigilancia y control del Espectro radioeléctrico)*
- *Principios de la radiodifusión Sonora.*

- *Condiciones, clasificación y procedimiento para la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora*
- *Obligación de Licencia para transmisión de Programas informativos o periodísticos.*
- *Condiciones para cesión y transferencia de derechos de concesión, arrendamiento de emisoras.*
- *Régimen de infracciones y sanciones.*

## **CAPITULO II: LA RADIO WEB EN SU ACTUALIDAD Y SU DISCURSO ANTE LA RADIO CONVENCIONAL SINCRONIZADA**

*“La ventaja de la radio por internet frente a la radio tradicional es que se le permite al oyente acceder al material sonoro en cualquier momento, no requiere estar pendiente de la hora de emisión para no perderse ni un solo detalle” (Rubio, 2013)*

La radio en internet según Andrés Rubio, tiene una ventaja sobre las demás plataformas y es la capacidad de interactuar con el oyente. Partamos de la constitución estructural básica que tienen las emisoras radiales, puesto que la interactividad con el usuario siempre estuvo marginada por propuestas motivadas por imaginarios reales que abarcaban las radionovelas, los informativos en los noticieros, los programas de opinión que lograban que el oyente participara gracias a una llamada telefónica logrando otro tipo de conversación social y hasta por los denominados concursos para que el oyente rodeará un tema popular en la emisora, respondiera bajo su opinión personal ante lo que estaba pasando, por ejemplo en un concierto musical y el oyente respondiera sin el anonimato de su identidad exponiendo su nombre de pila. (Vigil, 2009)

Ante la ubicación de las emisoras universitarias que son virtuales, existe su contraparte donde estimula el ejercicio popular de hacer radio. La radio convencional ha delimitado ciertos parámetros hacia la programación de emisora, en cuanto a su preproducción, producción y post producción; la forma en que se distribuye el estudio de audiencia y como el plan de medios es distribuido de manera particular dependiendo del objetivo.

Las emisoras universitarias condicionan a uno de los roles del futuro dentro del medio profesional, comercial, cultural, y musical. El estudiante que no necesariamente depende de su carrera que estudia, divulga el contenido que quiera, monitoreado por un programador general quien trabajar para que la emisora tenga la oportunidad de probar el plan de medios que se planteó desde un principio (Vigil, 2009)

## 2. 1 Radio Convencional en la actualidad

La autonomía de las delegaciones nacionales y emisoras asociadas, se ajustan a un mismo patrón de mercado que son motivados por algún patrón cultural, horarios de trabajo, comida y descanso del público, en donde parte se en dos la llegada de la información a estos grupos de oyentes, ya que son condicionados por los términos de promoción, estilo y mediación que haga cada estación de radio. Cabe decir que estas emisoras, no dejan de un lado en sus programaciones, entradas se una información regional y local.

Estas emisoras que van por el dial y que aprovechan del espectro electromagnético, tienen el reto al igual que las emisoras virtuales de utilizar diferentes herramientas para seguir extendiendo el concepto de emisora convergente. La evolución de la radio hay que enmarcarla en la evolución de la sociedad, que se ha ubicado dentro de nuestro devenir como seres humanos desde hace más de veinte años; la globalización del mundo condiono a la radio que comenzó a depender de este cambio veloz en el que se impuso los parámetros de visibilidad mediática no solo en esta plataforma sino en todo lo que tiene que ver comunicativo. (Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 2013, nº5)

El reto termina siendo la integración de las necesidades que resalta la sociedad desde hace dos décadas, porque la programación actual todavía no responde en su totalidad a estas exigencias, especialmente en el caso de las emisoras más pequeñas. () Es de importancia que la radio no puede ignorar los cambios estructurales y sociales que han acompañado la llegada del siglo XXI y que han modificado la relación tradicional que existía entre los medios y los ciudadanos (Saiz Olmo, 1998)

Ahora en la sociedad hay otras exigencias informativas y comunicativas y, lo más importante, nuevas formas de consumo mediático y nuevos escenarios para exhibir los productos audiovisuales, que obligan a los medios a resituarse y a posicionarse de acuerdo con los nuevos parámetros en los que se ubican los distintos sectores de la audiencia. Los cambios sociales y el proceso de renovación profunda en los medios de comunicación no se pueden desligar del impacto de Internet, que requiere una renovación para hacer viables unas estructuras empresariales y unas ofertas de programación ya obsoletas. Y aquí es donde aparecen los principales desafíos de la radio ante los retos de la convergencia digital (Martínez Costa, 2001).

Adaptarse a las nuevas circunstancias implica una redefinición importante de los esquemas que regían hasta ahora las directrices de la programación. Hace unos años había que deshacerse en esfuerzos para escuchar radios de otros países con receptores de onda corta. Había que ingeniárselas para situar la antena en una posición determinada y así, oír transmisiones en ruso, árabe o francés. (Vigil, 2010,)

La radio en línea solucionó el problema, por este motivo, muchos oyentes de esta nueva radio son personas que se encuentran lejos de sus países y se enteran por este medio de los que sucede por allá.

No hace falta estar atados a una antena o a una cabina. Con la radio en línea podemos transmitir desde cualquier lugar donde tengamos una conexión de banda ancha y un pequeño equipo informático. Esta posibilidad la convierte ideal para reportes y transmisiones móviles, aunque pocas radios hacen uso de esta ventaja. Puedes irte a una actividad o rueda de prensa, conectarte a Internet y mandar tranquilamente la señal a tu emisora y que ellos la saquen al aire. (Vigil, 2008)

En cambio, para escuchar radio en línea hay que tener una conexión a Internet. En América Latina es escasa la población que accede desde su hogar y menos del 10% lo hace con un acceso a Banda Ancha. Los costos de las cabinas o cibercafés varían en cada país, pero oscila entre uno y tres dólares la hora. Este es el principal motivo por el que la radio en línea no sustituirá completamente a la radiodifusión tradicional que es de libre recepción.

Desde luego, la tecnología avanza con pértiga. Técnicamente, ya es posible disponer de un aparato portátil dotado de tecnología Wi-Fi – inalámbrica - para sintonizar desde la calle cualquier emisora de la Web con la misma facilidad con que hoy movemos el dial y nos quedamos en nuestra emisora preferida. Los últimos teléfonos, como el iPhone construido por Motorola y Apple traen incorporado un reproductor de mp3. (Westerman, 2008)



## **2.2 CLAVES RADIALES PARA UN ANÁLISIS HACIA LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS ACTUALES**

Los nuevos perfiles de audiencia y los hábitos de consumo más recientes hacen pensar en una buena aceptación de la ficción radiofónica, teniendo en cuenta que en Internet ya triunfan espacios de estas características con unas condiciones de acceso similares a las que se darían en la radio. Pero la ficción radiofónica tiene que adaptarse a los gustos y a los códigos actuales de la audiencia, renovando el lenguaje narrativo y las propuestas. Además, las técnicas de grabación actuales abaratan los costes de la puesta en escena y reducen la complejidad de las producciones, dos de los principales problemas. La ficción debe distraer, pero también tiene que procurar que los oyentes se vean reflejados en las tramas y que se impliquen emocionalmente en las historias. Siempre se ha dicho que la causa del declive y de la desaparición de la ficción de la radio fue la llegada de la televisión, que conquistó enseguida a la audiencia.

Sin despreciar esta teoría, que es cierta en parte, también hay que considerar otras explicaciones alternativas y complementarias que contribuyeron a la desaparición de las radionovelas y del radioteatro: la incorporación de la mujer al mundo laboral y la permanencia de un lenguaje radiofónico demasiado encorsetado y caduco que no evolucionó al mismo ritmo que la sociedad (Balsebre, 1994). La audiencia ya no se sentía identificada en unos relatos anacrónicos desde el punto de vista estético y temático y, en cambio, si se veía reflejada en las propuestas más modernas que aparecían en las series y en los programas de televisión.

En todo caso, aproximémonos a una radio por Internet. ¿Cuál es la novedad desde el punto de vista de la programación? ¿Podemos hablar de formatos específicos, de un género propio para esta clase de transmisión de audio? (López Vigil, 2010). Estas emisoras cuidan el diseño gráfico de su página, incluyen fotos y hasta videos, y especialmente suelen ofrecer un sistema de fonoteca donde archivan programas de días pasados. También contienen secciones de textos, salas de chat, encuestas en línea, blogs y otros recursos interactivos. Los más atrevidos instalan una cámara web y emiten señal en vivo de sus locutores en el momento de realizar el programa.

Ante estas nuevas propuestas, el comunicador social y profesor Tito Ballesteros, en su libro “100 claves para la radio en internet”

La obra ofrece sugerencias y recomendaciones para los productores de radio en el nuevo entorno virtual, a fin de que respondan con eficiencia a los desafíos que presentan los cambios sufridos por la radio en los últimos años. A través lenguaje sencillo y amigable, los autores analizan algunos aspectos de hacer radio por internet, abordando las ventajas y desventajas del uso de las nuevas plataformas digitales y redes sociales para la difusión radiofónica.

Estas claves que rodean cien ideas van a dar un concepto de la nueva radio, la radio hibridada con la internet, que exige otros parámetros que vienen en diferentes formas sencillas, es decir, ahora el espacio ofrece un número limitado de enlaces que van hacia la alta interactividad.

### ***Características de la radio en línea:***

#### ***1. La arquitectura y ubicuidad:***

- \*Llegar al usuario rápido y eficazmente (columnas de página, colores, tipos de letras, ubicación de probabilidades).
- \*La accesibilidad consta de la fácil navegación, que dos clics y pocos segundos, sean suficientes para llegar a la ubicación basada.
- \* Hipervinculación por medio de lenguaje de contenido HTML o JavaScript, con los espacios de la página para acceder a otros sectores que brinda la página.

#### ***2. Especificidad en sus contenidos y parámetros de calidad.***

- \*La página se enfoca en una serie de contenidos específicos y exclusivos, logrando una objetividad en su temática.
- \*Teniendo en cuenta la objetividad de las temáticas, la página se enfoca en exclusividad generando contenido para un solo público objetivo.
- \*Oxigena glosas, sweepers, cuñas generales para dar un sentido distinto para darle nuevas tendencias a la emisora.

- Detalle convergente de la emisora al unir desde imágenes, con texto, sonido y animación.

### **3. Participativa**

- \*La interactividad que hay con los espacios para realizar comentarios y sugerencias donde todas y todos se puedan expresar.
- \*Procesos de caracterización dados con correos electrónicos, chats, conversaciones en un tema propuesto por el cibermedio.

### **4. Mantiene contenido bajo demanda, atemporal y asincrónico**

- La emisora no se atiene a un horario y maneja los podcast generando la pérdida de sincronismo.
- Almacena información específica donde abre la puerta a la exclusividad e intimidad hacia un tema central.
- Maneja una biblioteca de programas online (Aplica restricción por la accesibilidad del hosting)

### **5. Integradora**

- En el medio se presenta la discusión de ideas y reflexiones por comunicadores sociales, que ayudan a desarrollar la idea de un trabajo común. Orientar y guiar al público hacia la información.
- En la página se maneja una propuesta del compartir del conocimiento, bajo algún artículo o el propio estudio de la emisora hacia la dedicación del arte.
- Anda a la vanguardia de las actualizaciones que se hacen constantemente en la radio.

### **6. Tipos de emisoras**

- La emisora maneja lo que representa la radio 1.0 y 2.0 que consta de la sincronización de los programas en vivo y pregrabados donde se estructura diferentes lenguajes de profundización.
- Maneja web 3.0 puesto que abre la posibilidad de la personificación de los contenidos.

## 7. **Usabilidad**

- Usa una simple cobertura de gadgets para hacer más fácil la navegación en la página. Los gadgets recomendados que debe usar la página para manejar una óptima claridad del contenido parte de los traductores de página, buscadores internos, contador de estadística de visitas, la nube o entradas más populares y reproductores de multimedia.
- También gadgets que traten de vincular otros medios que utilice el oyente tal como las redes sociales, botones RSS y una webcam.
- Utiliza una redacción amena y con buena ortografía, pues el oyente puede abandonar la página también teniendo en cuenta que los programas de radio necesitan de creatividad en su redacción. Evita también las letras grandes.

### Capítulo III: OBJETO DE ANÁLISIS

*Cada estación de radio y el formato tiene sus apasionados fans, pero la pasión por la radio de la universidad no es sólo acerca de la nostalgia del rock clásico o el deseo de escuchar los últimos éxitos. Es una pasión por la variedad y de la capacidad de escuchar lo que de otro modo no se escucha en la radio. Que más a menudo significa indie rock o hip-hop underground, pero también significa shows especiales que se centran en los géneros que la radio comercial nunca tocar, desde el jazz hasta el bluegrass a un número sorprendentemente grande de subgéneros del metal y punk. Mayormente es una pasión por la libertad, y lo más claro corporaciones de estilo Channel apoderan de las estaciones más comerciales en todos los mercados, que la libertad se vuelve más valioso.*

**“College radio is dying — and we need to save it” Garret Martin para la revista Rolling Stones, Junio de 2014**

Diferentes estudios concluyen que más del 90% de la población latinoamericana escucha radio tradicional prácticamente todos los días. Escuchar la FM o AM es barato. Hay un gasto inicial en el receptor, pero se encuentran en los mercados hasta por 3 dólares. Los Smartphone han convertido las emisoras en aplicaciones manejadas por la red, en los autos o buses nunca falta un receptor, el servicio de streaming por internet para escuchar la radio satelital de otras partes del mundo es viable pagando una suscripción mensual o anual, para escuchar otro tipo de contenido. (Vigil, 2009)

José Ignacio López Vigil, nos propone desde su blog de radios apasionados la oportunidad que tenemos con el internet y su hibridación de la radio. Las herramientas que por más de setenta años han sido proporcionadas por necesidades de la interactividad entre el medio y el oyente, han sido provisionados por una serie de soluciones que han tenido, por primera instancia estos espacios radiales. La primera ventaja que nos dan analíticos, profesores y realizadores del medio, es que el internet no condiciona por los derechos legales de transmisión que normalmente por términos gubernamentales y contractuales exige el estado con las emisoras.

Por ejemplo, en Latinoamérica como en Estados Unidos se regula por la emisión en internet de cualquier producto en cuanto a una apropiada divulgación de los derechos de autor gracias a Creative Commons. (Vercelli, 2004) Esta es una organización que permite usar y compartir

tanto la creatividad como el conocimiento a través de una serie de instrumentos jurídicos de carácter gratuito, que sin embargo ha generado un paso más hacia el entendimiento de esta plataforma multimedia. La radio ha cambiado y las emisoras alrededor del mundo han hecho un trabajo fundamental para la reorganización del ejercicio, y cabe resaltar que el medio universitario ha sido persistente en la búsqueda de construir modelos ideales y como utilizar estos conceptos con base de los diferentes géneros radiofónicos creados en un pasado.

Teniendo en cuenta que este esfuerzo ha sido motivado por no dejar aparte el trabajo convencional que ha hecho la radio en los últimos años, Tito Ballesteros –citado en el anterior capítulo – define la radio universitaria como una primera visita hacia el plan de medios que va tener cualquier institución educativa. (Ballesteros, 2009) Ya que es primordial revisar cual es la misión y visión de cada propuesta para la divulgación de conocimientos, sin embargo, este género radial cumple la función de docencia, como segunda tarea la investigación en los diferentes roles que se estructuran y como tercera función va hacia el entender de los protagonistas, en este caso los estudiantes, con la realidad social.

Sin este plan de medios la radio universitaria comienza a operar a partir de caprichos, modas, gustos y además corre el riesgo de desentenderse de los géneros radiofónicos clonando estilos que no tienen un objetivo principal. En el siglo XXI las estaciones de radio, han generado incertidumbre para los analíticos, ya que se confunde el concepto de red con el dial y su forma de proponer una gestión comunicativa, organizada y evaluativa por no seguir un plan de medios.

### **3.1 OBJETIVOS A SEGUIR DE UNA EMISORA UNIVERSITARIA VIRTUAL**

Las emisoras universitarias investigan y hacen un estudio hacia las emisoras que ya han realizado un plan de medios que muestran una aparente definición de objetivos, al parecer las propuestas universitarias terminan construyendo un objetivo. Para Tito Ballesteros, en este paso, si no hace un plan de medios, la emisora podría perder equilibrio por solo un día, cabe concluir que depende de esta misma estrategia para generar una cierta de cantidad de trabajo en los roles que se definan; sino hay un plan de medios se puede confundir el aprendizaje con la propuesta de las emisoras comerciales que va dirigido hacia las audiencias.

El plan de medios es trascendental genera equilibrio, define una idea editorial, promueve la comunicación interna y hace competitiva a una emisora universitaria. Pero ¿Que termina

siendo un plan de medios para una emisora universitaria? La Escuela Virtual del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo propone en su investigación hacia la estrategia de campañas mediáticas en cuanto a las diferentes plataformas de comunicación en televisión, prensa y radio.

### ***¿Qué busca un plan de medios?***

Para televidentes, lectores y radioescuchas la estrategia es coincidir la audiencia del medio con el público o segmento al que quiere llegar el realizador. Un plan de medios es una reflexión sobre lo que quiere y no quiere la emisora en materia de comunicaciones, teniendo en cuenta hasta donde están dispuestos de llegar, por eso quienes dispongan de un proyecto de medios tiene que tener en cuenta:

- Determinar qué queremos conseguir, cuáles son nuestros objetivos
- Decidir a quién vamos a dirigir nuestra comunicación
- Pensar cuál es la idea que queremos transmitir
- Fijar el presupuesto con el que contamos (cuánto)
- Seleccionar los medios apropiados y su frecuencia de uso
- Ejecutar el plan de medios y medir su impacto

De acuerdo con el plan de medios debe haber una claridad con el objetivo del plan de medios hacia los contenidos, para empezar a definir lo que quiere la emisora y la universidad.

*“La radio universitaria presenta varios modelos, condicionada por la naturaleza de sus contenidos, por la producción y por los actores que intervienen en ella” (Bohmann, 1989, p.11).*

Toda emisora universitaria ya estructurada se convierte en una herramienta fundamental no solo para la educación, sino también para fomentar la cultura, el conocimiento, investigar sobre un hecho legal y entretener de manera en la que se aproveche adecuadamente el tiempo libre. La construcción de identidades, la reproducción de usos sociales, el archivo de memorias, el procesamiento de significaciones, son partes importantes de la radio universitaria. Durante los

últimos años, “la existencia de emisoras universitarias en Colombia ha sido un canal importante de expresión de la educación, información y entretenimiento” (Rama, 2004, p.9). La conexión entre medios de comunicación, instituciones educativas y estudiantes ha sido una de las más amplias e interesantes desde la implementación de las emisoras universitarias. Sin embargo, se desconoce su potencialidad de información y comunicación para movilizar procesos sociales y políticos debidos al cambio en términos de crecimiento digital que hacen replantear los contenidos y las audiencias tradicionales.

En Bogotá existen diversas emisoras con varios años de trabajo en la plataforma web. Estas estaciones serán en este capítulo, objeto de análisis para comprender si todas las opciones y características que ofrecen las plataformas web están siendo aprovechadas por los estudios realizados por Tito Ballesteros a través de su libro “100 claves para la radio en internet” donde cita varios de los temas de los cuales destaca en su blog de internet en cuanto a lo que necesita una emisora universitaria convencional que va ser utilizada para emprender una estrategia en una página web.

Esas claves fueron citadas en el anterior capítulo, y serán utilizadas para hacer un análisis hacia la preproducción, producción y postproducción de siete emisoras universitarias que hacen concentrar una metodología de trabajo demostrada en cada semestre de clases. Estas emisoras fueron seleccionadas por los siguientes ítems:

- a. Que cumple con más de dos franjas en su programación semanal.
- b. Maneja más de dos variedades de programas.
- c. Se vincula así sea con una sola red social.
- d. Que tiene una página web.
- e. Adaptan un formato audiovisual además del radiofónico.

Estos cuatro ítems están directamente relacionados con los términos de observación que propone Tito Ballesteros, en cuanto a la construcción de una emisora web. Estas siete emisoras se analizarán a partir de este estudio por siete categorías que abordan el concepto entero de producción radiofónica en sus páginas web, redes sociales e interacción con el oyente:

➤ *La arquitectura y ubicuidad:*



- Especificidad en sus contenidos y parámetros de calidad.
- Participativa
- Mantiene contenido bajo demanda, atemporal y asincrónico
- Integradora
- Tipos de emisoras
- Usabilidad

Las emisoras que se van a analizar serán: Radiando Web de la Pontificia Universidad Javeriana; Óyeme UJTL de la Universidad Jorge Tadeo Lozano; Radio Virtual de la Universidad Sergio Arboleda; Poliradio del Politécnico y Unisabana radio de la Universidad de la Sabana. Aquí se hará un análisis de lo que tienen las emisoras

Hora	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES
00:00 AM – 14:00 PM				
15:00 PM		Globe trotters		

## 1. Programación de Radiando Web: (Grafico 1)

<b>16:00 PM</b>		Roller coaster	Contacto web	Radio city
<b>17:00 PM</b>	Versión Beta	Las grandes ligas	Woodstock Radio	Drop Out
<b>18:00 PM</b>	Hablemos Claro		Bass N Beats	Persiana americana
<b>19:00 PM</b>	The hot stuff	Los Pilotos del futbol	La hora vallenata	Alterlatino
<b>20:00 PM</b>	Deportados	Rockestra	Roller coaster	Sinestesia
<b>21:00 PM</b>	El programa de la noche	Bit2600	Momentum	La tarima
<b>22:30 PM</b>	El programa de la noche	Bit2600	Momentum	La tarima

- Es una emisora que no es 24 horas.
- Las horas que no están al aire y están en “Blanco” dentro de la parrilla determina que no hay nada al aire.
- Por más de 5 años ha consolidado la franja nocturna más la deportiva.
- Programas y franjas que se van a analizar: “El programa de la noche”, “Bit 2600”, “Deportados y Los pilotos de fútbol”

## 2. Programación Óyeme UJTL (Grafico II)

<b>Hora</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>
<b>7:00-8:00 AM</b>	Desmorning	Desmorning	Desmorning	Desmorning	Desmorning	<b>Música Tadeista</b>	<b>Música Tadeista</b>
<b>8:00-9:00 AM</b>	Desmorning	Desmorning	Desmorning	Desmorning	Desmorning	<b>Música Tadeista</b>	<b>Música Tadeista</b>
<b>9:00-10:00A M</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Prensa Mundial</b>	<b>Tadeo Internacional</b>	<b>Insert Coin</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Música Tadeista</b>
<b>10:00-11:00 AM</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Prensa Mundial</b>	<b>Tadeo Internacional</b>	<b>Insert Coin</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Música Tadeista</b>
<b>11:00-12:00m</b>	<b>Latin jazz Radio</b>	<b>Jungla Urbana</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Mi Vida en mis manos</b>	<b>Código Urbano</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Música Tadeista</b>
<b>12:00-13:00 PM</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Jungla Urbana</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Mi Vida en mis manos</b>	<b>Código Urbano</b>	<b>Música Tadeista</b>	<b>Música Tadeista</b>

13:00-14:00 PM	Confucio	Fútbol Pasión Femenina	Arriba la Tarde	Fútbol Pasión Femenina	Arriba la Tarde	Música Tadeista	Música Tadeista
14:00-15:00 PM	RadiOla	Solo Para Mujeres	Arriba la Tarde	Criollos Musicales	Arriba la Tarde	Música Tadeista	Música Tadeista
15:00-16:00 PM	RadiOla	Solo Para Mujeres	Música Tadeista	Criollos Musicales	Música Tadeista	Música Tadeista	Música Tadeista
16:00-17:00 PM	Aula de Rock	Hablar Musical	Circo Beat	Ads el arte subterráneo	Franja Vallenata	Música Tadeista	Música Tadeista
17:00-18:00 PM	Aula de Rock	Hablar Musical	Circo Beat	Ads el arte subterráneo	Franja Vallenata	Música Tadeista	Música Tadeista

- Es una emisora que cumple con más de dos franjas: se analizaran las franjas de “Desmorning”, “Arriba la tarde” y la “Franja Vallenata”
- Es una emisora que esta las 24 horas al día y los 7 días a la semana, las horas que no tienen programa es reemplazada por “Música Tadeista” una franja especial programada por la dirección de la emisora.
- Esta programación posee programas que llevan en la parrilla más de cuatro años, ejemplo de herencia estudiantil para que se siga divulgando el contenido.

### 3. Programación Radio Virtual (Grafico III)

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7:00-8:00 AM	Franja Musical	Franja Musical	Franja Musical	Good Morning Sergio	Franja Musical	Franja Musical	Franja Musical
8:00-9:00 AM	Franja Musical	Franja Musical	Franja Musical	Good Morning Sergio	Mundo Rural	Sábado Premier	Franja Musical
9:00-10:00AM	Franja Musical	Franja Musical	Franja Musical	Propuesta	El Desparche	Sábado Premier	Franja Musical
10:00-11:00 AM	Mundo Musical	Franja Musical	En Break	Franja Musical	El Desparche	Sábado Premier	Franja Musical
11:00-12:00m	Back to the music	Franja Musical	La Hora	Global Music	Mundo Musical	Sábado Premier	Franja Musical
12:00-13:00 PM	Punto informativo	Punto Informativo	Punto informativo	Punto informativo	Punto Informativo	Sábado Premier	Franja Musical
13:00-14:00 PM	La Banda	Virtual Sports	Virtual Sports	La Banda	Casualidades	Sábado Premier	Franja Musical
14:00-15:00 PM	La Coctelera	Sala de conciertos	El faro	La onda Femenina	Casualidades	Arje	Franja Musical

15:00-16:00 PM	Franja Musical	Sala de Conciertos	Cincomentarios	Ecosistema virtual	La onda musical	Franja Musical	Franja Musical
16:00-17:00 PM	Que video	Top 10	Cuatro Pa Las 9	Sabor Moreno	Mas Salsa	Top 10	Franja Musical
17:00-18:00 PM	Franja Musical	Ojo Mundial	Cuatro Pa Las 9	A lo moderno	Mas Salsa	A lo moderno	Franja Musical
18:00-19:00 PM	Franja Musical	Franja Musical	Voces en la periferia	A lo moderno	La Fiesta Sergista	A lo Moderno	Franja Musical
19:00-20:00 PM	Franja Musical	Franja Musical	Voces en la periferia	RadioPeriodismo	La Fiesta Sergista	Franja Musical	Franja Musical
20:00-21:00 PM	Franja Musical	Franja Musical	Ruta 89	Franja Musical	Franja Musical	Franja Musical	Franja Musical

- Emisora de programación sincrónica de 24 horas al día y siete días a la semana.
- Franjas que llevan más de 4 años por las mañanas, tardes y noches.
- Cualquier espacio que quede sin programación, se convierte en la “Franja Musical”

#### 4. Programación Poliradio (Grafico IV)

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7:00-8:00 AM	RFI (Programas Cortos)	RFI (Programas Cortos)	RFI (Programas Cortos)	RFI (Programas Cortos)	RFI (Programas Cortos)	RFI (Programas Cortos)	RFI (Programas Cortos)
8:00-9:00 AM	Music Line	La Sala	El Monitor	Music Line	La Sala	Music Line	Music Line
9:00-10:00AM	Music Line	El matinée	Fuera de lo común	Music Line	Music Line	Jóvenes Libres	Music Line
10:00-11:00 AM	Music Line	El bolsillo	Sonidos sin limites	Music Line	Music Line	Otra Óptica	Music Line
11:00-12:00m	Charts	RRUC	Conexión Virtual	Music Line	La Bitácora	Conexión Virtual	Music Line
12:00-13:00 PM	Informativo	Informativo	Informativo	Informativo	Informativo	Informativo	Informativo
13:00-14:00 PM	Arte y Estilo	Punto Aparte	Actividad Polinormal	Otra óptica	El Recreo	Music Line	Music Line
14:00-15:00 PM	Extratiempo	Radio Técnica Vocal	Control central	Un día como hoy	El Sartén	Music Line	Music Line

15:00-16:00 PM	Arriba Rating	Un ratico con Juan Carlos	Arriba rating	Agenda 7	Linkeados	Music Line	Music Line
16:00-17:00 PM	Emprende	Jóvenes y Libres	Emprende	Historias en Vinilo	Happy Weekend	Music Line	Music Line
17:00-18:00 PM	Politizate	No.1 Radio	El Martillo	Politizate	Esquina Cultural	Music Line	Music Line
18:00-19:00 PM	Esquina Cultural	La música del tío	Lo negro	Tu Zona	Elektrizados con Vika	Music Line	Music Line
19:00-20:00 PM	Songs and movies	La Sala	Noche de Películas	La Sala	Lado B	Music Line	Music Line
20:00-21:00 PM	Poliradio R&B	Poliradio Latino	Poliradio Rock	Poliradio Retro	Poliradio Electrónica	Music Line	Music Line

- Es una emisora que trabaja al año 32 semanas, parrillas de programación que están adaptadas a el horario académico de 16 semanas por semestre.
- Cuenta con franjas con más de cuatro años de antigüedad.
- De vez en cuando hay transmisión especial los domingos o por decisiones directivas, si hay emisión se apoyan en la franja "Music Line".
- Los programas o franjas a analizar será el de las tardes con "Arriba Rating", el de la noche "Poliradio R&B" y del mediodía con "Informativo"

### 5. Programación UniSabana Radio (Grafico V)

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7:00-8:00 AM	Noticias en directo	Noticias en directo	Noticias en directo	Noticias en directo	Noticias en directo	Programación Musical	Programación Musical
8:00-9:00 AM	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical
9:00-10:00 AM	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Boletería Agotada	Boletería Agotada
10:00-11:00 AM	Programación Musical	Programación Musical	Salud al día	Programación Musical	Enkrretate	Programación Musical	Programación Musical
11:00-12:00m	Programación Musical	A Su Salud	Programación Musical	Momento Jurídico	Forjando Futuro	Alethia	Programación Musical
12:00-13:00 PM	Programación Musical	Adopta un secuestrado	Programación Musical	Muévete a cuidarte	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical
13:00-14:00 PM	Programación Musical	Programación Musical	Mesa de tres	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical
14:00-15:00 PM	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical

<b>15:00-16:00 PM</b>	Programación Musical	Let's Talk	Programación Musical	El programa de la tarde	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical
<b>16:00-17:00 PM</b>	Programación Musical	Let's Talk	Programación Musical	Programación Musical	El Son de mi tierra	Programación Musical	Programación Musical
<b>17:00-18:00 PM</b>	Laboral al día	La Tribuna	Por el mundo	Backstage	El baile de los que sobran	Programación Musical	Soundtrack
<b>18:00-19:00 PM</b>	Ojos Cuadrados	Humanidad Médica	Programación Musical	Los agrandados	Programación Musical	Programación Musical	De Pelos
<b>19:00-20:00 PM</b>	Vida Sabana	Voz pop	Programación Musical	We Rock	Programación Musical	Programación Musical	Por el mundo (Repetición)
<b>20:00-21:00 PM</b>	Gol de Camerino	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical
<b>21:00-22:00 PM</b>	Clásicos tostados	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Viva la vida

- Es una emisora de programación de 24 horas.
- Tiene franjas o programas que han durado por más de cuatro años.
- Cualquier programa que haga falta, será reemplazado por "Programación musical".
- Los programas o franjas a analizar serán "Let's Talk" de la franja de la tarde, "Boletería agotada" de la franja de la mañana y "Vida Sabana" de la franja nocturna.

**Emisora:**

Radiando Web (Pontificia Universidad Javeriana)

**Director:** Arritokieta Pimentel

**Perfil:** Los vínculos que trabaja Radiando Web son con los estudiantes de radio de la universidad javeriana, los estudiantes de otras universidades u otros lugares que representan los realizadores de radio. Los departamentos que rigen la parte académica como el departamento de comunicación y su personal de trabajo, no tienen nada que ver con la emisora.

**Misión:** La estrategia que maneja Radiando Web, es un formato de comunicación externa para que se reconozca la emisora en el medio universitario. La segunda estrategia es el aprovechamiento del nombre de la universidad brindada por el departamento de comunicación hacia el exterior, esto para conseguir estudiantes interesados en aprender del ejercicio radial y conseguir un objetivo primordial que es la reputación.

<b>Radiando Web/ Programa</b>	<b>Arquitectura y Ubicuidad</b>	<b>Especificidad en sus contenidos y parámetros de calidad</b>	<b>Participativa</b>	<b>Mantiene contenido bajo demanda, atemporal y asincrónico</b>	<b>Integradora</b>	<b>Variedad</b>	<b>Usabilidad</b>
<b>“Programa de la noche”</b>	La página no brinda esta alternativa allegada el contenido del programa. Los realizadores tendrían que realizar un blog o un espacio afuera del control de Radiando Web para divulgar otro contenido de escritura por publicación.	Como parámetros de calidad es muy difícil describir un contenido exclusivo en la página que este dedicada a este programa  Sweepers, glosas y demás contenido creativo es muy variable y oxigena de	La interactividad en Radiando Web está condicionada por el chat. Este es la única herramienta que consolida la conversación del programa con el oyente. El programa maneja secciones	La emisora maneja una cuenta en “Mixcloud” un espacio independiente a la emisora donde se exponen todos los podcast.	El comunicador en este espacio crea espacios de debates. En el programa de la noche una de las secciones es “Se le tiene” donde tratan de dar una	La emisora depende de la sincronización de sus programas, por eso sigue en el estándar que propone la web 1.0.	Las maquinas que se usan en la emisora dependen de un constante mantenimiento.  En el programa de la noche, tiene un

	Es de fácil acceso, aunque la emisora dejó de tener acceso con un solo clic. Ahora hay que buscar la página por el buscador de los servidores.	manera sonora la emisora y el programa.	como "Apps de la noche" donde el oyente tiene averiguar datos aledaños a una aplicación para ganarse un premio.	Este programa no realiza tal ejercicio en este aplicativo.	solución concreta a un problema social que haya pasado en esta semana.	El programa de la noche no es excepción ya que no genera exclusividad con podcast u otras herramientas como "Youtube" o "Soundcloud"	problema en estos aparatos tecnológicos ya que como es el último programa del día, estos se sobrecalientan y hacen que se pierda la emisión.
<b>"Deportados"</b>	El programa no realiza publicaciones.  El oyente tiene que ser exclusivo para llegar a escuchar el programa ya que el programa no posee ni cuñas, ni publicidad en redes sociales.	Las glosas, sweepers y demás herramientas sonoras las renuevan cada semestre.  Son variadas las imágenes que utiliza el programa, en cuanto a su contenido. En las secciones de "El Churro de la semana" dependen de la selectividad de imágenes recursivas para el programa	Por medio de redes sociales extienden su programa a el punto de hacer concursos y regalar objetos que se acerquen al tema propuesto en el programa  La emisora no hace parte de ese vínculo ni con las redes sociales.	No posee podcasts  No almacena información en otros blogs, así no estén aledaños a la emisora.  No maneja ninguna biblioteca de sonidos.	En el programa se discuten ideas de comunicación allegadas algún tema, en este caso el deporte. No maneja un vínculo entre la página de la emisora y el programa para generar una opinión.	El programa no maneja podcasts pero si redes sociales con pocos seguidores. El ejercicio está en anunciar la entrega de premios, por eso depende mucho del ejercicio Web 3.0 hacia la personificación de contenidos	Este programa posee el problema de la emisora hacia la saturación de energía que tienen las máquinas funcionales.  Como es un programa que termina a las 20:00 PM pueda que se salga de emisión.  Es una emisora que tiene ventajas en la combinación de video y audio, el programa hace notas pregrabadas y las emite con esta herramienta
<b>"Bit 2600"</b>	El programa maneja afuera de la página de la emisora, un blog independiente donde da opiniones en publicaciones sobre el contenido del programa que en este caso es sobre videojuegos.  Es de fácil acceso una vez	El programa genera exclusividad en su programa. El jugador de videojuegos encuentra una línea editorial dedicada a los aficionados de tiempo completo de este tópico.  El Blog del programa, no	En el blog que está dedicado al programa hay un vínculo seguro para los oyentes hacer comentarios o sugerencias, además de un chat interactivo.	El equipo de producción de Bit 2600 graba el programa y lo retransmite en la página.  Maneja su propia biblioteca de	El programa está dedicado a los oyentes, orienta y distribuye información muy clave para los jugadores de videojuegos.	La emisora maneja Web 3.0 que se dedica a la personificación de contenidos. Los videojuegos dan ese bagaje y el programa lo aprovecha.	El equipo de Bit 2600 sabe del problema de máquinas tecnológicas de la emisora, por eso trae su propio equipo de transmisión.



	<p>se coloque la información de las redes sociales sobre el programa. La emisora no promociona el programa por las redes sociales bloqueando la accesibilidad.</p>	<p>el de la emisora, destaca eventos, lanzamientos y constante investigación sobre lo que pasa con los videojuegos.</p> <p>Oxigena de vez en cuando el sonido de sus secciones, cabezotes y cuñas.</p> <p>Transmite bastante contenido en video.</p>	<p>La página de la emisora se convierte en una ventana secundaria. Ya que el chat del blog vincula a todos sus oyentes.</p>	<p>contenido en su blog. La emisora no utiliza la información de este espacio.</p>	<p>La emisora está muy separada del concepto del programa, además que el blog utiliza todo un concepto de marca, gracias a la divulgación y que anda a la vanguardia del contenido de la industria de los videojuegos.</p>	<p>Radiando Web no utiliza el programa para el bien de su expansión de sus redes sociales.</p>	
--	--	--	---	--	--	--	--

“Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro y que debe ser más constante.” (Campos,2009)

Radiando Web carece de constancia y esto es un problema para que la emisora sea competitiva dentro del medio universitario. Las publicaciones tardan más de 24 horas para que genere contenidos en este espacio.

De igual manera esto hace que los seguidores tengan dudas del medio a el cual están escuchando, la convergencia debe ser completada.



Radiandoweb ha retwitteado



**Rockestra** @rockestra\_ · 11 nov.

No se pierdan nuestro gran especial celebrando 44 años del increíble y anónimo @ledzeppelin IV. En @radiandoweb



← ↻ 1 ❤️ ⋮



**Radiandoweb** @radiandoweb · 9 nov.

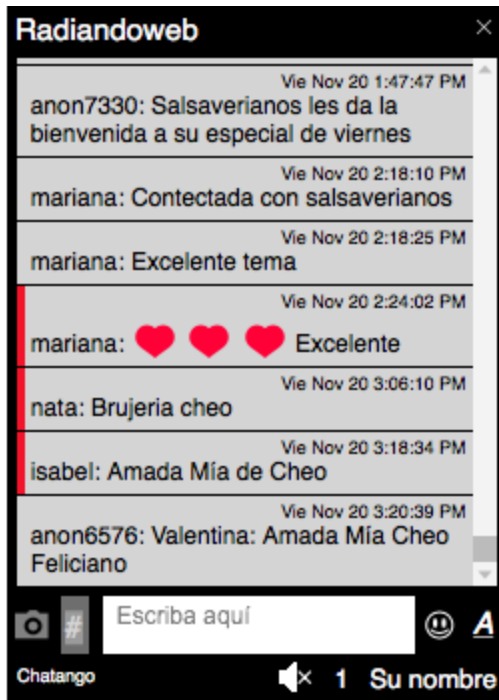
Al aire Omar Herrera y Mteo Londoño, en Versión Beta, bienvenidos!

← ↻ ❤️ ⋮



**Radiandoweb** @radiandoweb · 5 nov.

Que en paz descanses #BennySadel



En otras palabras, el adolescente utiliza Internet para recibir de los otros usuarios respuestas más positivas, de las que recibe en su entorno habitual, en un entorno que es percibido como no amenazador. Ello conlleva, evidentemente, una preferencia por la comunicación en línea en detrimento de la interacción personal cara a cara (Caplan, 2002).

El chat para el público objetivo de estas emisoras universitarias donde buscan interactuar con un usuario que le gusta las dinámicas que brinda un chat que como muestra la gráfica, pueden pasar como anónimos y dejar su opinión.

Radiando Web depende de este método ya que por los próximos retos de interacción podría llevar cierta ventaja de comunicación, sin esperar notificaciones de otras redes sociales.

Como también lo muestra la gráfica, la intensidad de una conversación de chat en radiando web es directa y con respuesta en simultaneo.

*“De esta manera, el apoyo social obtenido a través de las salas de chat les permite disponer de ciberamigos o de una familia virtual difíciles de encontrar con tanta facilidad, dada su elevada timidez o dificultad para entablar relaciones, en la vida cotidiana” (Young, 1997).*

el talento humano comprometido con la comunidad mediante un trabajo en equipo que proyecte la imagen de la

procesos participación y apoyando universitaria Universidad

de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

**Misión:** Ofrecer un espacio sonoro virtual para que los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo, Tecnología en Producción Radial y demás programas académicos de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, bajo la dirección y conducción de los docentes, tengan la oportunidad de un primer acercamiento a una de las herramientas de trabajo profesional mediante la realización de propuestas radiales en las cuales pueden expresar sus ideas, inquietudes y objetivos comunicativos.

<b>Óyeme UJTL/ Programa</b>	<b>Arquitectura y Ubicuidad</b>	<b>Especificidad en sus contenidos y parámetros de calidad</b>	<b>Participativa</b>	<b>Mantiene contenido bajo demanda, atemporal y asincrónico</b>	<b>Integradora</b>	<b>Variedad</b>	<b>Usabilidad</b>
-------------------------------------	-------------------------------------	--	----------------------	---	--------------------	-----------------	-------------------

<p><b>Arriba la tarde</b></p>	<p>La página se maneja de manera general. Se expone un <i>flyer</i> que invita al usuario a escuchar el programa de la tarde. No se encuentran columnas aledañas al programa pero se puede ver como el programa hace parte de reportes antiguos en columnas de opinión compartidas con otros programas.</p> <p>Es fácil el acceso a sus redes sociales y a escuchar el programa, ya que la emisora utiliza una herramienta llamada “pop-up” para que el sonido de la emisora aparezca apenas se abra la página.</p>	<p>La página durante el programa expone una serie de artículos dedicados a libros y temas específicos. Para el programa no lo hay pero los oyentes quienes escuchen el programa podrán ver fácilmente esta sección.</p> <p>Oxigena glosa y sweepers cada programa debido a los paisajes sonoros.</p> <p>Para el contenido del programa no existen imágenes, sonidos exclusivos u otro tipo de multimedia.</p>	<p>Durante el programa, el contenido de realización depende la interactividad con el chat.</p> <p>Hay una conversación muy abierta en este espacio ya que los temas que manejan en el programa son muy allegados a un resultado positivo y nada crítico.</p>	<p>Los podcast del programa son unificados con una parrilla de podcast que se encuentra en la entrada principal de la página.</p> <p>No hacen lanzamientos o especiales promocionados en redes sociales dando a conocer programas exclusivos para internet.</p>	<p>Las pestañas que se encuentran la emisión del programa y en la página, anda muy actualizada para el aprovechamiento de las temáticas de los programas, incluyendo arriba la tarde.</p> <p>Se preocupa del funcionamiento de la página para que este mostrando nuevas propuestas por los estudiantes de la universidad</p>	<p>La emisora utiliza sincronía, con programas en vivo, pregrabados y contenido ya grabado y divulgado por los podcast.</p>	<p>Mantiene gadgets simples como el sonido “Pop-up” que cuando una vez se entra a la página se puede escuchar la emisora</p> <p>Vincula el chat con Twitter, Facebook y los correos de los realizadores programa.</p>
<p><b>Ads del arte subterráneo</b></p>	<p>La página de vez en cuando maneja banners para el programa. Los banners le dan otra posibilidad de publicidad y mantienen al oyente de otros programas</p>	<p>La exclusividad de la página esta atribuida por la sección de columnas que existen para el programa ya que se habla de Hip Hop y de eventos alrededor del</p>	<p>El chat es indispensable para el programa, así como también las redes sociales.</p> <p>Aunque tiene poca</p>	<p>Las entrevistas a profesores se convierten en podcasts. Su biblioteca de invitados se ven este espacio, ya que la emisora converge todas esas entrevistas</p>	<p>Es un programa vanguardista de arte, por ende la opinión y crítica la hacen los invitados y el programa. Aunque quienes escuchan este programa les gusta el tema, su opinión necesita de</p>	<p>El programa es sincrónico pero los podcasts personifican el programa y sobretodo la emisora.</p>	<p>También tiene los mismo gadgets integrados como en los otros programas de radio.</p>

	pendiente de lo que pueda suceder con este programa	<p>mundo.</p> <p>Oxigena glosas y recorridos sonoros que hacen evidente la línea editorial de la emisora.</p>	participación pero aportes fundamentales por parte del oyente, el programa termina dependiendo de la calidad de su trabajo por el usuario.	como parte de la emisora y no el programa independiente.	una caracterización que es dada por los realizadores y sus conversaciones sobre Hip Hop y posición crítica que alimentan el tema.		
<b>Desmorning</b>	La página maneja banners como en "Ads del arte" pero el hipervínculo al hacer clic manda al usuario a la página principal de la universidad y no a más contenido del programa	Maneja las mismas glosas de presentación de la emisora. Los sweepers se interpretan que deberían representar el programa pero suenan los mismos sweepers que manejan la emisora en la franja de "Música Tadeista"	El chat no es tan participativo, ya que es el primer programa de la mañana y al parecer el oyente de esta emisora es más participativo.	No maneja podcast y depende una programación sincrónica porque los temas son muy abiertos y no necesitan de tanta preproducción	El único aporte que hace el programa es vincular al oyente con la emisora. No debate, no genera discusión y opinión, y como no entiende si el programa es musical.	El programa convierte a la emisora a la propuesta web 1.0.	Los gadgets son importantes para este programa ya que cuando la emisora va al aire, el hipervínculo va a llevar al oyente al espacio y va escuchar la emisora.



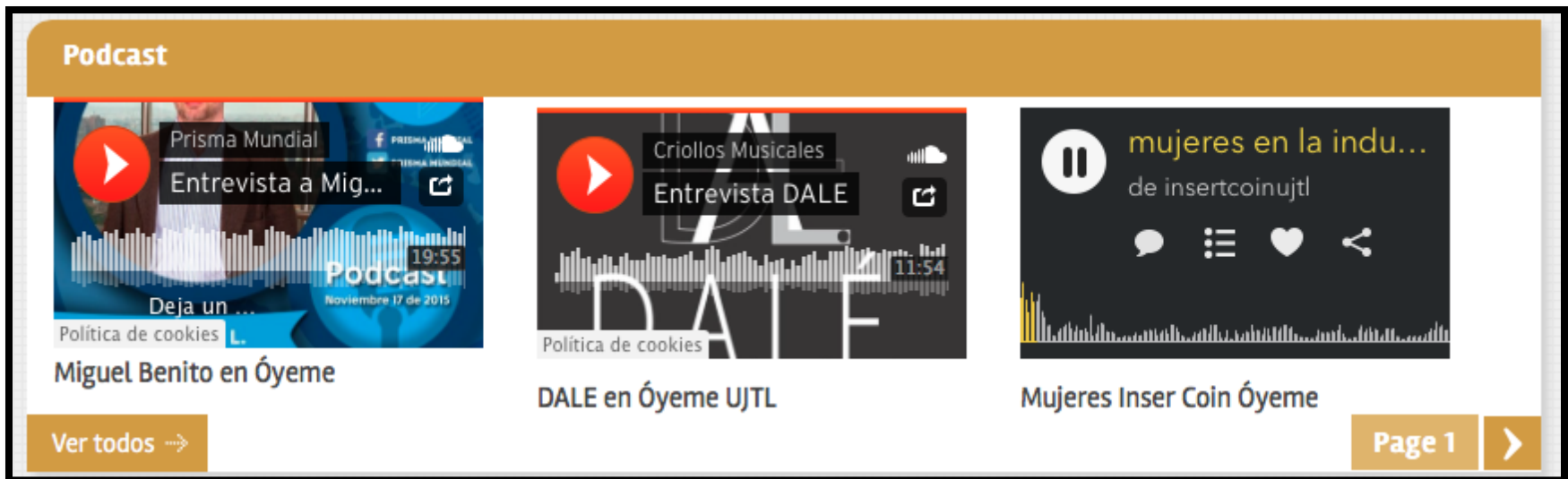
La propuesta de Andrés Rubio es mostrar que la radio también es una plataforma ilustrada en el internet. Depende de una interfaz y de una serie de soluciones para necesidades de los usuarios.

Esta emisora por ser universitaria debe seguir siendo una extensión de este espacio, del campus, donde el estudiante se concentra por ver el trabajo de profesores y estudiantes.

“Una propuesta de emisora por internet requiere realizar un análisis del material recolectado para establecer y desarrollar el diseño, más apropiado para la página web que estará acompañado al material sonoro recolectado y puesto al servicio de los ciberescuchas. La propuesta gráfica, agrega al proyecto un elemento lúdico, cuyo objetivo es convertirlo en una publicación agradable y fácil de comprender para todos los interesados.”

(Barrios,2011, pp. 185)





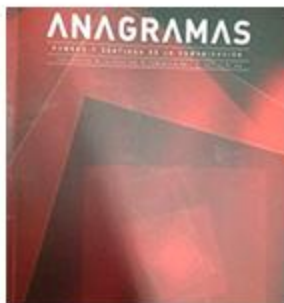
Dentro de estos podcast se destaca el hipervínculo que hay con aplicativos como "Soundcloud" una red social donde el usuario sube el podcast en cualquier formato sonoro y divulga lo que pudo haber pasado en vivo o un contenido exclusivo para internet. Óyeme UJTL mantiene así una biblioteca de archivos exclusivos hechos por los estudiantes con este espacio.

---

*Un podcast es un archivo digital de audio, aunque también puede ser de video (vodcast) que puede ser distribuido por Internet y que está vinculado a sistemas de sindicación RSS que permiten su revisión automática y periódica. (Revista de medios y educación, 2010, 125-139)*

---

## Publicaciones de radio



Page 1



*“Dentro de los medios alternativos y de las nuevas apuestas de comunicación social, las emisoras por internet se convierten en pieza fundamental para plantear propuestas de comunicación” (Barrio, 2011, De la Onda a la Web, pp. 45)*

La emisora sigue empleando el término de multimedia como todo un concepto de hibridación de medios. Obtenemos podcast que termina siendo el último vínculo para que una emisora utilice los medios de Web 3.0 y además tenemos la posibilidad de ver publicaciones sobre libros de radio en los cuales podemos acceder para leer y consultar.

**Emisora:** Radio Virtual

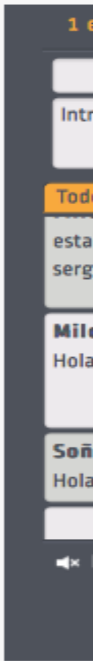
**Director:** Luis Delgado

**Perfil:** Es una emisora institucional que puede ser herramienta de conocimiento y es utilizada por todas las escuelas de la universidad. Actualmente las escuelas que desarrollan sus programas son: Escuela de ciencias de la Comunicación, Escuela de Filosofía, Escuela de Economía, Escuela de Política y Relaciones Internacionales, Escuela de Ingeniería. Y las dependencias de Bienestar Universitario, Oficina de Egresados y USARTV. La idea de RADIO VIRTUAL es que cada una de las escuelas y dependencias, produzcan un programa especializado de interés institucional.

**Misión:** Es una emisora web de la Universidad Sergio Arboleda, está comprometida con la formación integral de profesionales idóneos de la comunicación, la investigación y la cultura, estructurados de acuerdo con los principios de las radiodifusiones colombianas; además capaces de liderar programas de carácter social, cultural, de entretenimiento e informativo. Es una emisora de corte educativo, académico y cultural, adscrita Rectoría. Y, como tal, tiene un fin pedagógico y un norte que se inscribe en los propósitos de formar profesionales con sentido ético, crítico, analítico e investigativo, fundamentos enmarcados en un claro compromiso de responsabilidad social.

<b>Radio Virtual/ Programa</b>	<b>Arquitectura y Ubicuidad</b>	<b>Especificidad en sus contenidos y parámetros de calidad</b>	<b>Participativa</b>	<b>Mantiene contenido bajo demanda, atemporal y asincrónico</b>	<b>Integradora</b>	<b>Variedad</b>	<b>Usabilidad</b>
El desparche	<p>La página mantiene una interfaz donde muestra su propuesta radial y se vincula con la página de la universidad.</p> <p>El programa no tiene promoción por la página directa de la emisora.</p> <p>Con esto los programas tendrían que extenderse de manera independiente en blogs de internet.</p>	<p>La página no muestra exclusividad del programa</p> <p>Las glosas están siendo renovadas cada seis meses, dependiendo del cambio en la parrilla de programación.</p> <p>Las imágenes ya no están en la página, en pasadas versiones, la emisora exponía variedad de ilustraciones con audios sacados de la emisora.</p>	<p>Aunque en las anteriores versiones de la página había más interactividad con el contenido, la participación de los usuarios era nula.</p> <p>La nueva y actual versión maneja ese contexto, ahora entrega un chat que también se vincula con twitter y Facebook.</p>	<p>No maneja una parrilla de podcasts</p> <p>No maneja exclusividad en este programa. El programa es vínculo de sincronía, sirve como promoción para ver si la emisora está haciendo un programa en vivo en su cabina y no pregrabado.</p> <p>No maneja un archivo o biblioteca sonora.</p>	<p>No invita a debatir.</p> <p>Solo depende del chat, si es por mandar opiniones ante un tema de construcción comunicativa.</p>	<p>Es sincrónico por ende se queda en la propuesta de la web 1.0. La transmisión tampoco tiene tanta divulgación en las redes sociales.</p> <p>Los podcasts la convertirían en una emisora que anda en la vanguardia de nuevos métodos de demanda.</p>	<p>La emisora no mantiene problemas técnicos en su realización y menos a esta hora.</p> <p>Utiliza varias herramientas para atraer oyentes mediante vínculos puestos por los realizadores en el chat.</p>
Punto Informativo	<p>No contiene publicaciones de este espacio en el diseño de la página.</p> <p>Como es un espacio noticioso debe tener</p>	<p>La página no tiene imágenes, depende de la estructura de la página de la universidad.</p>	<p>El usuario no están participativo en el chat que propone la emisora, el usuario</p>	<p>El programa no tiene extensión de este espacio para escuchar en una biblioteca</p>	<p>Por ser un tema noticioso, la noticia recién dada no genera debate en el chat.</p>	<p>No existe podcast para este programa. Ni noticias en audios separados expuestos en la página.</p>	<p>Utiliza vínculos de información.</p> <p>Mantiene una estabilidad</p>

	publicaciones específicas y de opinión ya que este programa esté vinculado con una asignatura.		prefiere escuchar el ejercicio de los estudiantes para informar en un noticiero	sonora lo que se ha hecho, al parecer la emisora está empleando para un futuro realizar este vínculo que le daría otro aspecto al programa y a la emisora.	La construcción se genera en el programa de la realidad social en que se vive y ya depende totalmente del contenido que se divulgue		completa en cuanto al servicio de sus equipos.
Cuatro Pa' las 9	El programa está condicionado por la interfaz de la nueva versión de la página. En la anterior versión publicaban el contenido de cada entrevista en diferentes publicaciones.	Hay que ir a las redes sociales del programa para observar imágenes aledañas al contenido del programa.	El programa vincula muy bien la propuesta radial de interactividad del público con el realizador. Esta herramienta la utiliza bien el programa ya que desarrollan concursos e imaginan al usuario de chat en la mesa de trabajo.	El programa tiene una cuenta en "Mixcloud" donde suben el contenido del programa para que todos los oyentes que les gusta el programa lo puedan escuchar. La página no está impulsando esto por la fase de construcción de la página	Por el perfil del programa se genera una invitación de los estudiantes de la emisora para realizar actividades dentro de la universidad. Por conversaciones de estructura social, no las hay.	Los podcast los suben cada vez que se termina un programa. No hay propuesta de la emisora para mantener podcast del programa por ahora.	Interactúan con el oyente, mediante el chat.  Utilizan el chat para dar vínculos de internet para llegar a otros eventos aledaños a el programa o la emisora.



Aquí están los dos que implementa de manera sencilla la página, donde busca que el chat sea una nueva característica del espacio radial para la interactividad de los oyentes con la emisora. Por observación, los realizadores de radio debían chatear con los usuarios de manera personal por Facebook o WhatsApp, por sus propios medios para hablar con los oyentes.

La página web al igual que la emisora de la sabana aprovecho la aplicación y gadget "Pop-up" para que el sonido de la emisora estuviera apenas se abre la página. Otra implementación es fue la adición del documento legal de la emisora para ver de qué se trata la propuesta, su misión, visión más objetivos con el ejercicio de ser una emisora universitaria.

 **Diego Oliveros**  está escuchando a Papa Was a Rollin' Stone en USA Radio Virtual.

13 de abril · Bogotá · Editado · 

Junto a @Juangrios #DiasDeRadio #AIAire #Colombia #YBuengenio #JuanGuillermoRios



24 Me gusta

La radio virtual en Facebook no es constante y al parecer es un problema de las emisoras analizadas. Gabriela Castellanos, Maestra en Publicidad y mercado como influencia femenina a nivel mundial por irrumpir en la era digital en los 90's, dice que *"Hay que ser agradecido, no están los seguidores porque si, ellos te ubicaron ahí. Dale las gracias y ofréceles un valor añadido por seguirte, por estar ahí, contigo. No tienen la obligación de querer el espacio, lo hacen porque si y eso no tiene precio"*

La invitación a estos espacios en el manejo de marcas invita a la constancia y ser recursivo con la información, no es necesario estar diez minutos pero si reconocer que hay una programación el cual condiciona la divulgación de la emisora



La posibilidad de conseguir varios seguidores en las redes sociales, es fundamental pero como dice Gabriela Castellanos, no puede ser saturado pero tampoco solo con información sino también con imágenes, mostrar la imagen de la radio y sus realizadores en vivo, ha sido el reto de esta hibridación de dar alternativas.

*Entonces, tenemos que hacer que cada retweet valga la pena, y como estrategia de humanización, dar a entender que un contenido nos pareció tan interesante que debimos compartirlo. Por supuesto, dependerá de cada una de las cuentas y es posible que el cliente no esté de acuerdo. Pero es una idea que no está de más barajar. (Castellanos, 2009, The Karmalist)*



## Poliradio

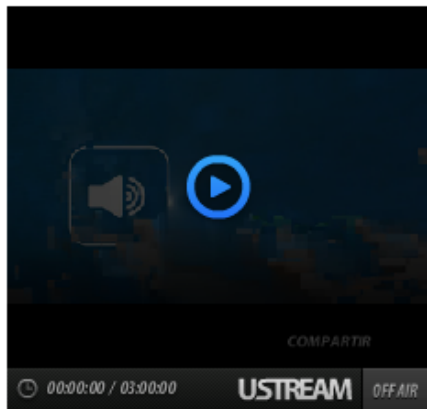
**Director:** Álvaro Rodríguez Hernández

**Perfil:** POLIRADIO tiene como carácter y propósito: promover la cultura, la ciencia, la información, los valores institucionales y generar un apoyo a las actividades de la universidad, mediante el lenguaje radial y las ventajas que brindan las tecnologías de la información y la comunicación.

**Misión:** Las producciones de POLIRADIO cubren: servicios institucionales, servicios informativos, servicios académicos y científicos y servicios de cultura y entretenimiento. Los programas manejan temporadas de 16 semanas y se produce una oferta alterna en los intersemestrales. Destacados personajes han pasado por los micrófonos de nuestra emisora.

<b>Poliradio/ Franja</b>	<b>Especificidad en sus contenidos y parámetros de calidad</b>	<b>Participativa</b>	<b>Mantiene contenido bajo demanda, atemporal y asincrónico</b>	<b>Integradora</b>	<b>Variedad</b>	<b>Usabilidad</b>
<b>Arriba Rating</b>	En la emisora no existe contenido exclusivo y también que marquen el trabajo actual de la emisora  Las glosas y sweepers no han sido cambiados por más de 1 un año.	Existe una página de contacto donde el usuario envía información y tendrá inmediata respuesta sin ir al correo electrónico personal del oyente y mandar una sugerencia o comentario.	No maneja una biblioteca de programas ni tampoco de archivos sonoros que hayan acompañado a un programa de radio	Anda en la vanguardia de aplicativos quienes escuchan la emisora gracias a "Tune In radio".	Es una emisora que no maneja podcast pero que quiere que el mundo la escuche por medio de diferentes espacios de retransmisión por streaming.  El programa arriba rating condiciona a que la emisora sea	La página se enfoca en una promoción especial para los oyentes de la emisora. "Tune In" durante los últimos años se ha vuelto una aplicación esencial para diferentes emisoras ya que es muy especial para los usuarios de smartphones.

					escuchada de manera sincrónica.	
<b>Poliradio R&amp;B</b>	Maneja sweepers y glosas con la misma intención debido a que solo se colocan para identificar a la emisora en el momento de emisión.	No es tan receptiva a esta hora. La emisora al parecer deja una lista pregrabada en un software.	No es participativa a esta hora, la interactividad es nula. No se presenta ninguna conversación durante la muestra del programa	De este programa la emisora no destaca un podcast o programa especial que este en contenidos de descarga.	En este programa no se discute o se dispone de un debate que invite a los oyentes a participar.  Por ciertos días la emisora por este horario emitía música electrónica.	El computador es óptimo a esta hora. No necesita de muchas herramientas ya que el programa es musical.  No contiene un diseño de conversación para decir que utiliza otras herramientas dadas por el internet.
<b>El Informativo</b>	Actualiza con informes y paisajes sonoros el ambiente del programa  Maneja banners en las páginas de las redes sociales	La conversación depende del tema que se esté hablando en el noticiero	Es participativa, pero depende de la constancia del community manager del momento de realización del programa	De este programa no hay podcast.	No dispone de una participación continua con el oyente a través de otros medios, por lo menos con las redes sociales.	Todos los aspectos que tiene a favor en cuanto a herramientas radiofónicas, las puede utilizar pero no lo hace.



Broadcast live streaming video on Ustream

## POLIRADIO en Twitter

### Tweets

Seguir



**Rafael Sánchez**

20 nov

@achury25

@DanielBauteP en los estudios de @emisorapoli presentando su sencillo #Alcancia @StarArsis [pic.twitter.com/iLCz6px9Pc](http://pic.twitter.com/iLCz6px9Pc)

Retwitteado por PoliRadio

Mostrar foto



**DanielBautePavajeau**

20 nov

@DanielBauteP

Gran entrevista en @emisorapoli @\_Danicallejas @EriQMolina en #linkeados gracias por el apoyo! [pic.twitter.com/SYG3a1guMs](http://pic.twitter.com/SYG3a1guMs)

Retwitteado por PoliRadio

Poliradio distingue la oportunidad del espacio web. Las cajas de sugerencia es un recurso que se necesita dentro de nuestra cultura a nivel universal (Scolari, 2012) Si los usuarios aprovechan este espacio se da una conversación estructural que construye argumentos y diferentes tipos de soluciones con fines de calidad.

### Deja un comentario

Tu email n

Nombre:

Email:

Sitio web:

Mensaje:

#### **Modelo de facilitadores en respuesta a sugerencias de usuarios**

- *Recibir sugerencias*
- *Ayudar a decidir sobre las manipulaciones de las sugerencias.*
- *Planifica en conjunto con el comité las reuniones requeridas, para el seguimiento del sistema*
- *Facilita el trabajo en equipo, para la regulación de sugerencias en proceso de aplicación.*
- *Consolidar los informes mensuales de las sugerencias y del estado de las mismas.*
- *Aprobar y devolver la evaluación de las sugerencias*
- *Permitir acompañar los ajustes para las sugerencias que se apliquen.*
- *Clasificar las sugerencias por su impacto*
- *Actualizar los medios de comunicación, sobre las ideas premiadas e indicadores del sistema a través del comité central*

*(Hincapie Saá, Modelos de seguimiento de sugerencias en estructuras comerciales, pp. 81)*

 **PoliRadio [La Emisora del Poli]** compartió un enlace. 30 de noviembre de 2011 · 



**CINEMA CON DO BUSCA ¡VOZ FEMENINA! » PoliRadio**

Si eres mujer, tu pasión es el cine y tienes una inclinación inevitable por las Bandas Sonoras, esta convocatoria es para ti:

[POLIRADIO.POLIGRAN.EDU.CO](http://POLIRADIO.POLIGRAN.EDU.CO)

 Me gusta  Comentar  Compartir

---

 **PoliRadio [La Emisora del Poli]** 7 de julio de 2011 · 

¿Sabes lo que está pasando en el Poli?  
Escucha POLI AL DÍA Las noticias más importantes sobre nuestra comunidad, a esta hora en <http://poliradio.poligran.edu.co/>



**PoliRadio » Emisora de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano**

En temporada de vacaciones, no paramos... seguimos con mas programación y mucha mas...

[POLIRADIO.POLIGRAN.EDU.CO](http://POLIRADIO.POLIGRAN.EDU.CO)

No se observa constancia en las redes sociales de la emisora. Por ende no se está utilizando el recurso de las redes sociales. Desde el año 2011 se observa que esta red social no funciona y tampoco se utiliza como herramienta mediática. Dicho antes, por los criterios de Ballesteros; esta emisora debe ser competitiva por términos de conectividad con el usuario.

Las páginas web tienen que ser la conclusión central de una estructura de respuestas hacia un programa de radio.

## **UniSabana Radio**

**Director:** Alicia Carrillo García - Coordinadora General

**Perfil:** Unisabanaradio tiene como misión ser un medio audiovisual de formación, entretenimiento y proyección social al servicio de la comunidad universitaria y de la sociedad en general. En desarrollo de esta misión, el medio busca expresar y difundir el pensamiento y quehacer universitario, en coherencia con los objetivos específicos de la Universidad de La Sabana. Ofrece programas que incluyen contenidos de carácter informativo, académico, cultural y musical a través de la Web.

**Misión:** Unisabanaradio se proyecta como uno de los mejores medios informativos de la Universidad de La Sabana, haciendo uso de tecnología de punta para el desarrollo de proyectos audiovisuales integrado por un equipo de trabajo comprometido, con sentido crítico, formativo y responsabilidad social.

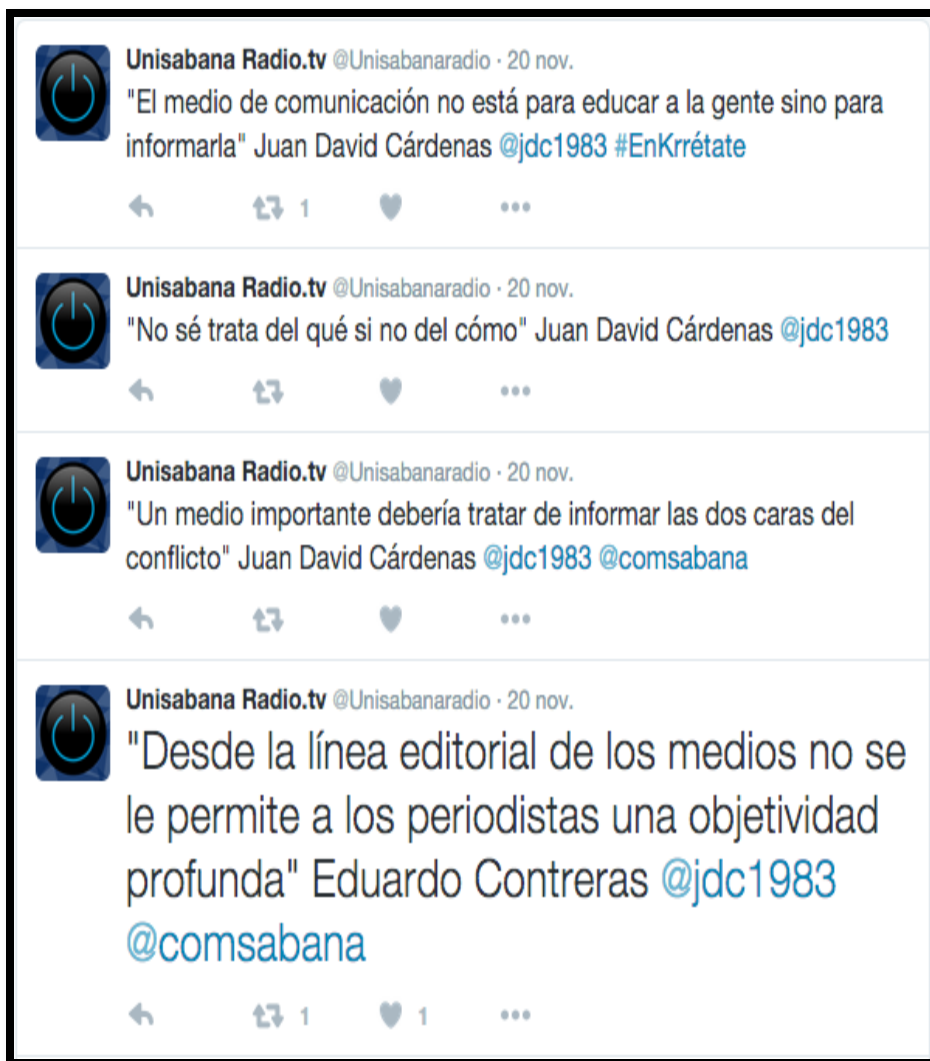
<b>Unisabana Radio / Programa</b>	<b>Arquitectura y Ubicuidad</b>	<b>Especificidad en sus contenidos y parámetros de calidad</b>	<b>Participativa</b>	<b>Mantiene contenido bajo demanda, atemporal y asincrónico</b>	<b>Integradora</b>	<b>Variedad</b>	<b>Usabilidad</b>
Let's Talk	La página es muy completa en su propuesta de llegar al usuario vinculando botones de un solo clic, invitando a los	Cambio de promociones del programa en solo una semana.  Maneja contenido en	El chat de la emisora invita a conectar de inmediato al oyente con el realizador.  Se da una correcta	La emisora es totalmente 3.0, debido al contenido multimedia que presenta en su página al mostrar podcasts vinculados desde	En este programa se propone una conversación sobre temas que pasaron en la semana, por ende si invita al oyente a charlar por chat	Hace parte de la propuesta web 3.0 de la emisora por su intensidad y constancia.  También maneja otros contenidos	Lo computadores no han mostrado algún problema durante la emisión del programa.  Maneja bastantes

	oyentes a conectarse desde Facebook	YouTube de animaciones a entrevistas al hacer programa especial de un tema específico.	invitación por redes sociales para que el oyente haga un comentario o sugerencia sobre el programa de radio.	SoundCloud con la página web de cada programa.  Maneja una biblioteca propia de libros digitales, de audios clásicos y de viejas publicaciones.	o por llamada telefónica.  Anda a la vanguardia de los programas de radio de la emisora vinculando programas con otros programas	en otros medios como en las redes sociales, con el manejo de preguntas y frases que salieron de la conversación.	gadgtes como los temporizadores de tiempo.
A Su salud	Vincula al oyente mediante encuestas y banners por Facebook y twitter durante el programa	Maneja un <i>promo</i> por semana. No maneja textos o publicaciones durante el programa	Propone conversaciones en el chat.  Hace vínculo con las redes sociales para que los oyentes sepan que está al aire.	El programa no maneja tantos podcast, pero se encuentra en la biblioteca de audios clásicos de la emisora.	Anda a la vanguardia que se hacen en los programas de radio, añadiendo efectos de sonido a los temas de salud. Existe una sección de debate que maneja la interactividad y accionar de los oyentes.	La emisora soporta un vínculo de web 3.0 pero el programa no asiste.	Maneja los mismos gadgets que el anterior programa de radio.
Boletería	El programa trata sobre eventos culturales a través del mundo, por ende utiliza la imagen de los eventos para generar exclusividad.	Los sweepers, ambientes y diferentes audios son los mismos.  La página se condiciona con lo que propone el programa en la rifa de boletas.	Charla con los oyentes por la rifa de boletas o concursos por el chat.  Utiliza redes sociales para su promoción.	El programa depende de un formato sincrónico debido a las rifas y juegos.	La especialidad del programa es regalar boletas o dar información para algún evento por ende hace concursos no solo en el programa de radio sino también en las redes sociales.	La emisora no hace parte de la propuesta de podcast de 3.0	Maneja los mismo gadgets que el anterior programa.

The screenshot shows a website interface for 'AL AIRE' radio. On the left is a blue navigation menu for 'Universidad de La Sabana' with items: Home, Quiénes Somos, Parrilla de programación, En Video, Noticias, Eventos, SoundCloud, and Contáctanos. The top right features a live broadcast banner with a play button, the text 'AL AIRE Escúchanos en vivo', and 'Emitiendo En Vivo Viva la Vida Dirige: Clara Pardo de Castrillon'. Below this is a 'Parrilla de programación' section. The main content area is titled 'En Video' and includes a video player for a reportage titled 'Centros de lutería: mantenimiento y reparación de instrumentos' with a play button and a progress bar showing 0:00 / 2:38. The video player also includes a 'YouTube' logo and a share icon.

*“De hecho, su red más popular, la web, ha alcanzado el éxito gracias en gran medida a su capacidad integradora de contenidos, servicios y aplicaciones digitales. Con vistas al futuro, este proceso de convergencia de redes sin duda continuará, gracias a una creciente interrelación entre las redes de ordenadores, las de telefonía móvil y las de televisión” (Salaverria, Garcia, 2009)*

La emisora converge con noticias, videos, audios en biblioteca y otros formatos en su página web, además muestran el canal de YouTube mantiene hipervínculo dentro del diseño de página.



Aun con las clases acabadas, y el cronograma terminado, la emisora en redes sociales sigue siendo constante.

*"Más allá de la nueva estructura física, que conlleva la reorganización del espacio y de los puestos de los periodistas en la redacción, la convergencia de redacciones implica un cambio de mentalidad en distintos niveles de la producción periodística"*

(Salverria,2009) Mantiene que la constancia, no condiciona lo que se está mostrando en la emisora, sino en la reorganización del espacio. La redacción es simple y debe ser digerible para un medio como twitter.



Emisora Sabana **Videos** Playlists Channels Discussion About

Video Title	Views	Upload Date
Vienes Y Vas - Danicattack (Acústico)	290 views	3 days ago
Tú me ves a mí - Majarete Sound Machine en backstage de...	331 views	1 month ago
Así trabajamos en UnisabanaRadio	83 views	2 months ago
Ragtagtara - Juandas en Backstage de Unisabanaradio	2,099 views	4 months ago
El otro colombiano en el Real Madrid	204 views	5 months ago
Novedades en la Feria del Libro	137 views	7 months ago
UnisabanaRadio en Macondo	60 views	7 months ago
Cielo - Oh'Laville en Backstage de Unisabanaradio	7,215 views	7 months ago
#OpenCampus2015 - Universidad de La Sabana	453 views	9 months ago
Redemption - The Black Cat Bone (Acústico) en Backstage de...	1,500 views	1 year ago
Afuera Del Planeta - Manuel Medrano (Acústico) en...	667,987 views	1 year ago
Respira - Juan Pablo Vega (Acústico) en Backstage de...	172,226 views	1 year ago

*“Un tercio de las estaciones comerciales de nuestra encuesta, dijo que hacen podcasts regulares a disposición de los oyentes para su descarga , mientras que un cuarto de encuestados declararon que ofrecen otros tipos de escucha para ponerse al día . Encima del 70% ofrecen ahora al oyente la oportunidad de descargar aplicaciones, con dos tercios que tiene un canal en YouTube.” Estudio de audiencia en Gran Bretaña, BBC radio, Action Stations, 2014, pp. 161*

## **CAPITULO IV: CONCLUSIONES DE ANÁLISIS Y PROPUESTA DE PRODUCCIÓN**

Al analizar la propuesta de programación de los programas de las anteriores seis emisoras, se reanuda la investigación citada de Tito Ballesteros y de Andrés Barrios Rubio hacia la estructuración de las páginas web de cada emisora. Para dar un diagnóstico final de lo que se vio en el ejercicio de escucha y de observación con cada propuesta, se hará un repaso de las fases en las cuales estas emisoras tienen que acudir para generar un plan de medios dedicada hacia la preproducción, producción y post producción; una estrategia de comunicación y finalmente la obtención de un resultado.

### **Preproducción**

La preproducción es la etapa que consiste en planificar, programar, organizar, preparar y prever cada uno de los elementos que habrán de participar durante todo el proceso de producción. (2008, 73)

Esta es la etapa más delicada, pues ya se tiene una asignación de recursos y hay que distribuirlos y organizarlos de tal manera que satisfagan los requerimientos de cada una de las áreas que participan. Se considera que, por lógica, cada instancia querrá tener lo mejor, que no es lo mismo que lo necesario. "La mejor producción posible se logrará al menor costo posible, mediante la utilización óptima de los recursos financieros, técnicos y personales disponibles." (Pohlenz, 2008)

En torno a la preproducción, Alejandro Pohlenz expone: "Los recursos para la producción deben elegirse no sólo basándose en su costo o en su eficiencia, sino que debe haber una correspondencia entre lo que pide la historia y lo que en realidad la empresa proveerá a la producción." (Montiel, 2009)

Para los programas radiales, que hibridan conceptos de audio y video para ampliar su gama de contenido. Deben tener en cuenta que cada género y formato, e inclusive cada productor, posee una forma particular de enfocar el inicio y el proceso mismo de la producción. Pero todos, sin excepción, parten de una relectura de su propuesta a fin de dividir y organizar su trabajo: quién hace qué, cómo, en cuántas partes y en cuánto tiempo. () Todo trabajo audiovisual corre contra el tiempo, por lo tanto, el profesional de las comunicaciones debe

conocer y lo que es más importante, debe dominar tiempos, por eso debe preparar un cronograma de actividades para su efectividad en la etapa de la realización.

Los elementos que necesita la elaboración de un formato como el que presentan las anteriores emisoras y sus programas con contenido audiovisual o sencillamente radiofónico, dependen de un guion u objetivo sobre el cual se pueda sustentar un programa. La selección de personal, tanto técnico como artístico, manejo de equipos y materiales. Conocimiento de contratos, derechos y obligaciones legales; y por ultimo un cronograma que facilite el contenido que se necesita para el plan de producción.

Dividir esta labor requiere de siete fases que deben tener en cuenta el director o productor de un programa de radio:

- a. Determinación del tema y preparación del proyecto de producción:
- b. Organización y asignación de tareas:
- c. Investigación
- d. Redacción de guiones
- e. Búsqueda de recursos
- f. Verificación de últimos detalles
- g. Realización de ensayos

### **Plan de producción**

Parte de un rol de dirección que refuerza la función básica de establecer condiciones y características de la puesta del plan de medios previamente estructurado en la preproducción; este rol también depende de los cambios que sucedan en tiempo real para el programa. Muchas veces en los programas de radio, la estructura deja de ser jerarquizada y se convierte en cíclico e igualitario en cuanto al poder de la toma de decisiones. Existen varios directores que se distribuyen lo que exige el libreto, el manejo de las redes sociales o de la forma de ejecución de los protagonistas de la mesa de trabajo que hacen parte de la experiencia de interacción con el usuario.

En la producción, el locutor realiza la labor de la ejecución donde depende de las direcciones que den el director y el técnico. Esta acción es la más importante de esta fase de realización, ya que define el resultado del trabajo de investigación y de entrega del equipo; los locutores deben ser obedientes, versátiles, talentosos artistas que están habilitados para manejar el

rumbo conceptual de un programa que contenga video y audio. Hay condiciones básicas que debe manejar el locutor cada vez que realiza un programa de radio:

- Los locutores nunca deben perder de vista al director y al técnico. Siempre deben leer con el guion frente a ellos, sin taparse por completo la cara, por un lado para proyectar mejor la voz, y por otro para seguir las señales manuales u orales del director y el técnico.
- No deben sonar las hojas del guion al pasarse. Los locutores deben colocarlas con suavidad en la mesa o en el suelo, sin perder su ubicación frente al micrófono.
- Apague y pida apagar los teléfonos celulares, los localizadores y las alarmas de los relojes.
- Retire pulseras, joyas o aretes colgantes que puedan hacer ruido.
- Cuantas menos personas haya en la cabina de control, mejor. En general la recomendación es que solo estén: el productor, el director, el técnico y el sonorizador o un asistente.

### **Postproducción**

Finalmente concluye el programa y comienza el proceso de postproducción que consta de otros roles para finalizar el proyecto. Esta etapa se divide en varias tareas según el objetivo del programa, teniendo en cuenta que el audio y video abren la posibilidad de hacer diferentes formatos para internet. La primera actividad refiere al montaje y la edición, esta fase corresponde a la acción de escoger la toma correcta de locución y mezclarlas con música, efectos de sonido y sobreponer ambientes, bajo un orden determinado. En este paso de la edición se destaca la mirada del director y el productor del programa, donde además de definir el objetivo del programa al aire o pregrabado, puede generar otro tipo de contenido, como por ejemplo: el programa al quedar grabado se sube entero y queda como podcast, pero si hay contenido grabado en video se debe emitir por canales como los que brinda YouTube o Facebook, y que sea una información directa y poca duración para generar diferentes alternativas.

La sincronía de un programa se refiere a la perfección de la ejecución de un trabajo investigativo, no obstante, la edición sirve para corregir lo que se pudo emitir al aire y no tenía nada que ver con el objetivo del programa. Según el autor de “Como hacer un programa de radio” Carlos Rivera señala que la edición repasa cuatro pasos fundamentales

- Reordenar el material grabado en una estructura más lógica

- Eliminar errores, repeticiones o lo que no es interesante
- Comprimir el material, debido al tiempo
- Producir un efecto creativo, al unir voces, música y efectos de sonido.

Hay que dejar una grabación original para una futura propuesta de transmisión, promoción, distribución y presentación del programa, que pueda servir para futuros proyectos. Estas acciones, en muchos casos se vuelven simultáneas porque responden al significado de conocimiento del público.

En un último paso, se debe hacer la evaluación, esta tarea es interna con el equipo de producción para analizar lo que pasó en el programa para destacar aciertos y desaciertos del proceso, y así poder realizar los ajustes necesarios que permitan mejorar tanto el proceso como el mensaje radiofónico.

Teniendo en cuenta las tres defunciones en este proceso, avanzamos al análisis que arroja el ejercicio de observación de las emisoras y su vínculo a internet, apoyados por estas tres fases. Además se agregará una propuesta de trabajo para vincular las herramientas que arroja internet y como las podrían aprovechar las diferentes emisoras.

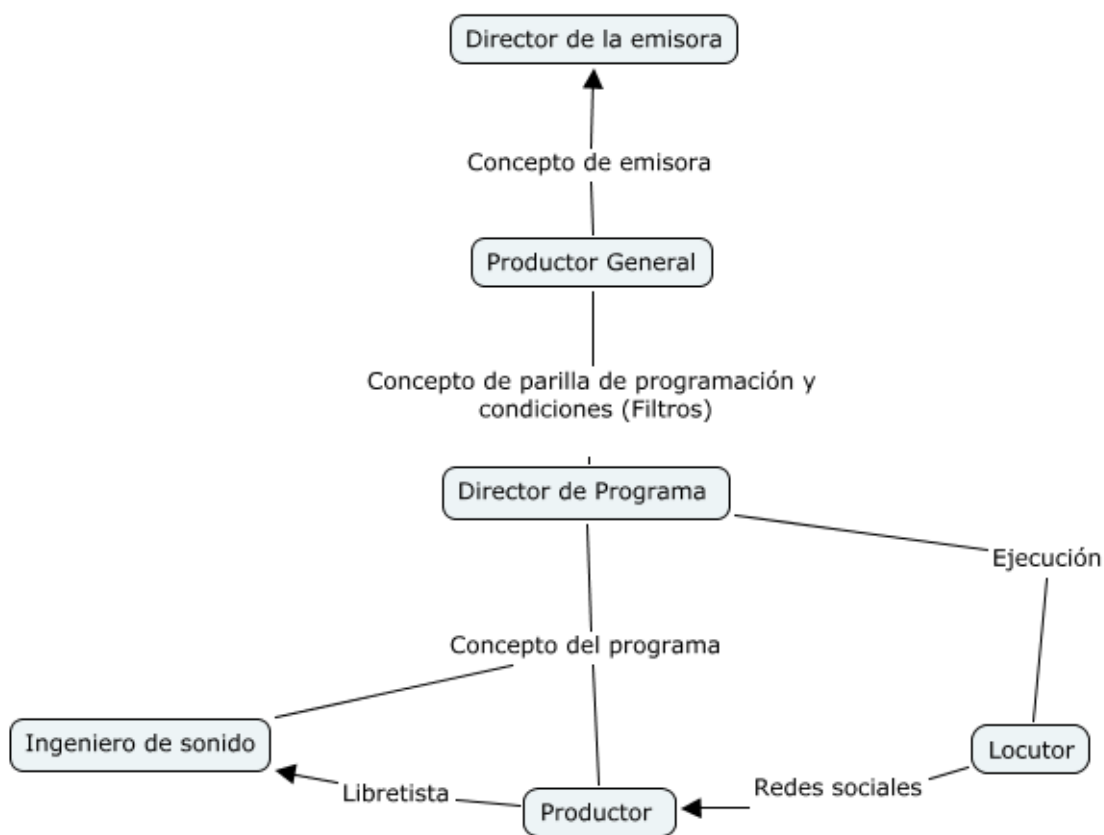
#### **4.1 Producción en radios universitarias visitadas**

Un programa de radio y una emisora son dependientes para el desarrollo del contenido que se quiera en los objetivos de los mencionados. Una emisora debe plantear filtros de certificación como primer proceso; en segunda instancia debe asegurar que los estudiantes puedan comprometerse con el calendario dado en la parrilla de programación; por tercer filtro, los estudiantes deben reconocer del contenido que van a divulgar y cuarto deben mostrar una propuesta para la estructura de un programa de radio para acompañar en su proceso creativo y técnico.

Estas tareas dependen de un liderazgo continuo que tiene que ser ejecutado entre -máximo- dos personas puedan lograr; el director y productor son los roles más constantes dentro de la

estructura de una emisora universitaria. No obstante aquí a regular un plan académico donde debe participar la dependencia universitaria que apoye el proyecto radial y al estudiante dentro de su estructura de aprendizaje.

Por ejemplo la emisora universitaria Óyeme UJTL mantiene el rol del director, más dos estudiantes que hacen el trabajo de productores e ingenieros. Los demás estudiantes, son voluntarios que quieren hacer programas de radio pero tienen la guía de los estudiantes y el director. Su realización se convierte en un semillero académico, donde aprenden del formato radial hibridado con el internet.



A continuación se explicará el proceso de pre producción donde la gestión de un programa radial se crea. Después se explicará el desarrollo de un programa en vivo o de sincronía, y de los programas que se descargan por demanda o que son conocidos por podcast y que hace parte de la nueva propuesta de la hibridación del internet con la radio.

*Con respecto a lenguajes, formatos y estilos, la radio por internet, al igual que la convencional exige estar en permanente evolución, es un proceso en que la persona debe estar empapada de lo que está pasando*

*Andrés Barrios Rubio*

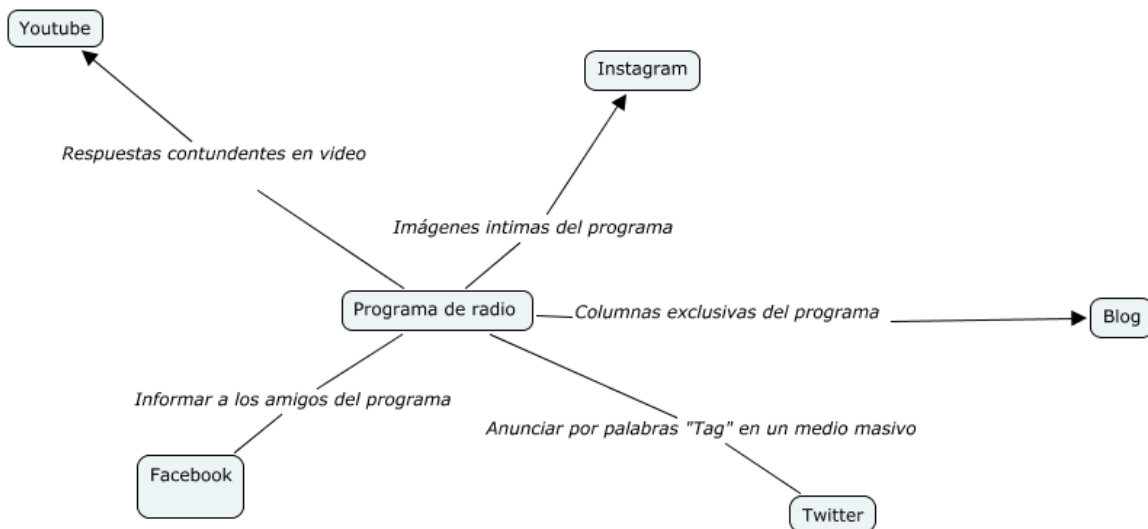
Los roles de preproducción que se deben manejar en un programa de radio, proponen una organización hacia los roles. Normalmente en el perfil de estos programas, por el formato creativo se condiciona un equipo de trabajo y da libre acceso a la finalidad del producto radial.

Una estructura básica para lograr el trabajo, parte de un director, un productor, un ingeniero de sonido, un director de cámaras -si el formato audiovisual de la emisora lo amerita- un libretista y un director de redes sociales. Diferentes programas de radio universitaria, invitan a un ejercicio experimental y profesional. El experimental tiene que ver con los estudiantes que se les exige una labor de aprendizaje con el medio, que pueda interactuar con la plataforma de respuesta hacia el oyente y que aprenda del devenir que llevan otros compañeros que estudian los conceptos radiales para que emprendan ese conocimiento con los estudiantes o voluntarios que realizarán el programa en la emisora

El ejercicio profesional ya exige una verificación de contenidos más arduo que el de los primeros estudiantes. Los programas que sostienen un contenido que lleva por más de dos años al aire, necesitan demostrar características aprendidas durante un proceso. Estos programas deben ser planteados, si su sincronía o programación semanal lo exige, con una sala de redacción que plante el tema del programa, una estrategia de su movimiento en las redes sociales, del libreto que se va a escribir y luego a seguir, del invitado o secciones que van a preparar y sobretodo seguir verificando que el programa no pierda su rumbo, planteado desde un principio.

En radiando web, existe el programa "La tarima" un formato de entrevista, dedicado hacia el emprendimiento musical. El programa se plantea con un director que termina siendo la voz principal del programa, y que es un estudiante experimentado en la emisora, después viene el rol del ingeniero que en este caso lo hace un estudiante experimentado y que pueda manejar la consola, representando el soporte técnico del programa; el rol de las redes sociales lo emprende una persona que está detrás de la producción del programa y se exige que esté presente en el programa, y no afuera trabajando desde su domicilio. Y un libreto que termina

siendo creado por el productor quien tiene la misión de traer el invitado.



En este recuadro podemos observar el trabajo que hace la emisora unisabana radio con el contenido del programa. El trabajo termina en divulgación y distribución para generar competitividad tal como lo dice Andrés Barrios Rubio, que estos espacios radiofónicos necesitan estar interactuando con su propio producto para manejar la constancia ante los usuarios. () La producción este programa donde tiene cinco redes de distribución y termina conectando la sincronía de un programa en vivo con un programa creado en postproducción.

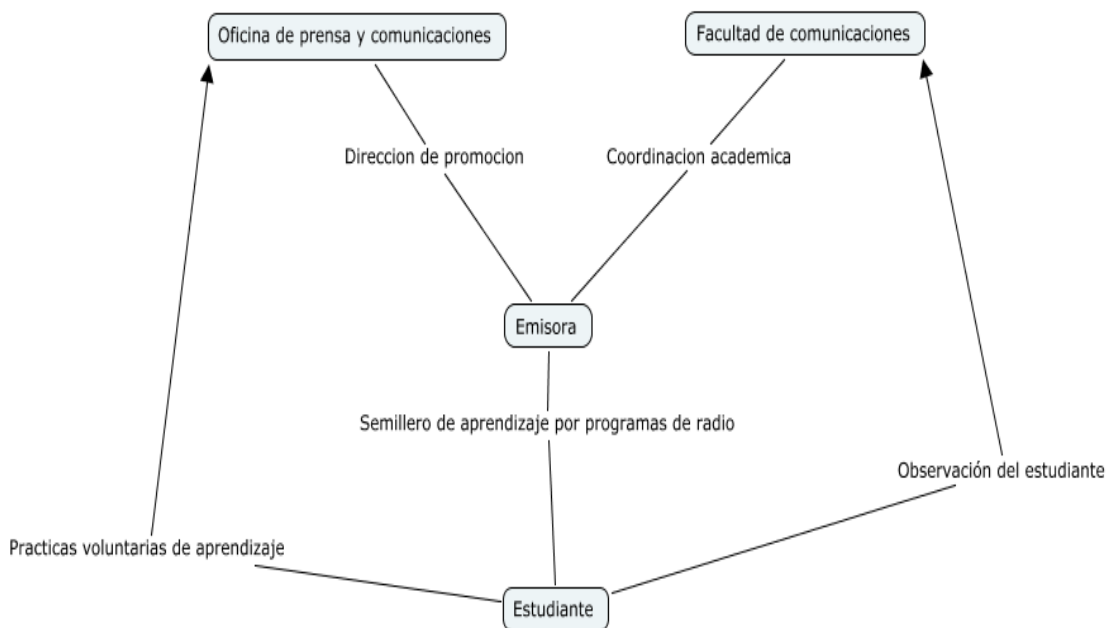
Sin duda alguna las herramientas que se necesitan en un programa de radio creado en internet, comienzan a convertirse digitales (Rubio, 2013). Estos "gadgets" deben tener un orden básico de utilización debido a la gama de software que nos presenta el internet web 3.0. En una lista de utilizaciones vendría de la siguiente manera:

- Winamp Media Player
- ShoutCast Server DSP
- Computador de 4 GB RAM
- Zara Radio
- Puertos 8000 y 8500 PLUG in for WINAMP



Radiando Web de la Universidad Javeriana y Radio Virtual mantienen una virtud que es la convergencia con la página de la institución, una nueva mirada que invita a dar un paso hacia la convergencia de medios. Sobre todo para ubicar un objetivo académico, de semillero.

A estas emisoras que por su contenido deben implementar técnicas de aprendizaje a sus realizadores deben tener en cuenta que como proceso final en la postproducción de los programas tienen que crear vínculos orgánicos, que no generen problemas de organización, con otras dependencias para habilitar al realizador de radio para que haga ciertas tareas de edición y de gestión de distribución. Un ejemplo es el de Unisabana radio donde el programa parte de un proceso de aprendizaje desde el aula de clase hasta un recomendado diplomado, que brinda la universidad.



El proceso de postproducción debe ser más allegada hacia el descubrimiento de las habilidades del estudiante, donde por ejercicios de observación se designe un calificativo que sirva para alguna materia o diplomado donde el estudiante se sienta comprendido por su preparación. El voluntariado sigue siendo la posibilidad más comprendida por las cinco

emisoras pero debe ser contundente el acompañamiento académico y profesional de la institución académica

## V. CONCLUSIONES

- Las tres etapas de preproducción, producción y postproducción radiofónica deben cumplirse en todos sus aspectos para que los programas de radio de las diferentes emisoras universitarias sean competitivas por su contenido y no por la audiencia.
- La creación de espacios por demanda tal como lo es el servicio de podcast en diferentes aplicativos que se pueden por hipervínculo atraer nuevos formatos radiofónicos, es necesario ya que el usuario interactúa con la emisora por internet.
- La improvisación persiste en los programas de radio, por ende debe haber un mejor plan que nace desde la preproducción de los programas. La planificación de lo que se va a emitir depende de la eficacia y eficiencia de trabajo desde esta etapa.
- Emisoras como radiando web y radio virtual, arriesgan mucho por mantener un vínculo con la universidad mas no con el estudiante que se educa con la utilización de una página web en cuanto al contexto de generar contenido. Su diseño puede invitar a una promoción singular de la universidad en su portafolio de servicios pero pueda que la misión de la emisora pierda su rumbo por hacer un cambio institucional y no académico.
- Tres emisoras de las cinco consultadas fueron observadas por su inconsistencia en las redes sociales. Andrés Barrios Rubio dice que la constancia hace competitiva a una emisora, porque el objetivo de estos espacios es manejar contenido pero tiene que haber un incentivo y es el de aprender del medio y su utilización, en este caso como se conoce el internet en internet.
- La producción de mensajes y programas radiofónicos debe responder a las necesidades sociales de comunicación que se detecten después de una investigación dada.

- En casi todos los programas de radio de las cinco estaciones, se improvisaba mucho. El libreto debe ser una herramienta que destaque el trabajo de información y de lo que se va hacer al aire, muchos de los programas se escuchaba la inseguridad de los locutores, cuando hablaban de temas que requerían un debate o un tema de conversación con algún invitado.
- Las herramientas web, o los gadgets están siendo desperdiciados por varios de las emisoras y su programación. Las redes sociales, los programas de software o los podcasts se están utilizando de vez en cuando y las emisoras deben tener eso claro en la estrategia del plan de medios presentada.
- Los temas más destacables a estudiar incluyen la concentración de la propiedad del programa, la capacidad de los distribuidores para crear filtros que mejoren la calidad, la relación entre la conectividad de banda ancha y el aumento, y perfil de la audiencia, el uso de la fuerza del mercado de las estaciones de radio tradicionales para sofocar a la nueva competencia, y los modelos de ingresos que impulsará la radiodifusión en Internet.
- Así, tanto la radio como el vídeo pueden desarrollar estructuras y prácticas que no se reducen al medio de comunicación, sino que pueden también ser canales institucionales, independientes y comunitarios asumiendo funciones que van desde la educación, la animación sociocultural, la intervención social, la comercialización y promoción de bienes, pasando por la expresión estética. Los programas aprovechan poco esa ventaja, debido a que hace falta el acompañamiento de la institución.
- Los programas de radio que están vinculados con un formato audiovisual, serán considerados en convergencia si manejan la condición de la arquitectura Web, dedicada hacia los vínculos de audio con imagen.

## Referencias:

1. (MIT Press, 1997) - (A World's Fair for the Global Village)
2. (Geek of the week, 1994) - (<http://town.hall.org/radio/Geek/>)
3. (Internet society, 2015) (<http://www.internetsociety.org/who-we-are/board-trustees/erik-huizer>)
4. ([http://town.hall.org/radio/Geek/040793\\_geek\\_ITR.html](http://town.hall.org/radio/Geek/040793_geek_ITR.html)) The Geek of the week, 1993
5. (public.resource.org, 2012) (yeswescan.org)
6. (Paul Jones, 2013) (The first Web page is lost)
7. (Rolling Stones Live on Internet: Both a Big Deal and a Little Deal)
8. (Savetz, 1998) (MBONE: Multicasting Tomorrow's Internet)
9. (Kortekkas, 2009) (RealMedia an Update, BBC.com)
10. (Nahrstedt, 2011) (From Mbone and Web-based Multimedia to Experiential Multimedia Systems: Time Travel with WABAC Machine)
11. (United States Code, 2010) (17 U.S.C., Criminal offences)
12. (Real Media an Update, BBC.com) (Kortekkas, 2009)
13. (Virgin.radio.uk, 2007)
14. (The Guardian, Mayo 30, 2011)
15. (Apple developer, 2007)
16. (Barrios, 2013) De la onda a la web
17. (Waits, 2015) (Interactions: Studies in Communication & Culture)
18. (Ruiz Hernández, 2013) (Artículo del Herald, sección "Latitud" Domingo Abril 6 2014).
19. Investigaciones radiofónicas: de la radio a la radio indígena. Una revisión en Colombia y

Latinoamérica, 2011, abstract

20. ACL Boletín histórico de la asociación de locutores en el 2015
21. (Pérez y Castellanos, 1998, pg. 44). Historia de la radio en Colombia
22. Boletín Histórico de la asociación de locutores en el primer semestre del 2011- 2015
23. (Miranda, 2008, pg. 81) New York Radio Codes: Colombia / Hegemonic culture  
(Artículo del Herald, sección "Latitud" Domingo Abril 6 2014).
24. (Baltazar, 1997) Radios en Latinoamérica, pp. 13
25. Omar Enrique (2009). 85 aniversarios de Radio Universidad Nacional de La Plata. Edulp.  
pp. 19, 20
26. Historia de la radio en Medellín (EQUA, 2007)
27. Julio Cesar Arroyave, Historia de radio en Colombia y Bogotá, pp. 56
28. Historia de Javeriana Estéreo, [www.javerianaestereo.com](http://www.javerianaestereo.com)
29. (Barrios, 2013) Otra obra de Barrios
30. (Waits, 2015) (Interactions: Studies in Communication & Culture).
31. (Saiz Olmo, 1998) Periodismo radial, pp. 97
32. (Martínez Costa, 2001). Pp. 22 Comunicación y sociedad, 2005, Universidad de Navarra,  
Vol. XVIII, Las radios y los modelos de programación radiofónica
33. (López Vigil, 2010) Manual para radialistas aficionados pp. 276
34. (López Vigil, 2008) Ciudadano Radio pp .77 Red Nacional Apasionados y apasionadas
- 35 (Bill Westerman, 2008) How people really use the iPhone, create with context pp, 43
36. (Balsebre, 1995, pp, 151) El lenguaje radiofónico
37. (López Vigil, 2010, pp 8, Analfatecnicos)
38. (Vercelli, 2004) Creative commons Q&A 2007 pp, 3
39. (Ballesteros, 2009) {Radio por Internet} ¿Nuevo medio, reto, fusión? pp. 19
40. (Bohmann, 1989,) La prensa escrita mexicana pp. 11

41. Hacia una genealogía de la transculturación narrativa de Ángel Rama pp. 32
42. Tito Ballesteros, 100 claves para la radio virtual, 2011
43. El uso académico de las redes sociales en universitarios, Marisol Gómez, Pedro Farías , Sergio Roses pp. 8
44. (Revista de medios y educación, 2010, 125-139)
45. (Castellanos, 2009, The Karmalist Blog spot)
46. Rodríguez, E “Tiempo de radio ¿radio? en la red”. En Horizontes comunicativos en México. Estudios Críticos. México: AMIC, 2002. pp. 73
47. Pensar en el futuro de México, Universidad Autónoma, 2008, Mateo Poelhenz pp, 45
48. Como producir un programa de radio, 2006, pp. 23, 24,35, Carlos Rivera Arayana