



**IMPORTANCIA DEL PODCAST COMO FORMATO DE PRODUCCIÓN DE
CONTENIDO SONORO EN UNIMINUTO RADIO UVD**

Edgar Yesid Delgado Mahecha

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social

Asesor:

Carlos Javier Benavides Ávila
Mgs. En Comunicación

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Programa de Comunicación Social UVD

Bogotá D.C., abril de 2020



IMPORTANCIA DEL PODCAST COMO FORMATO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO SONORO EN UNIMINUTO RADIO UVD

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de Investigación fue realizado en su totalidad por **Edgar Yesid Delgado Mahecha**, como requerimiento para la obtención del título en Pregrado de Comunicador Social.

Asesor:

Carlos Javier Benavides Ávila
Mgs. En Comunicación

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Programa de Comunicación Social UVD

Bogotá D.C., abril de 2020



DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Edgar Yesid Delgado Mahecha

DECLARO QUE:

El Trabajo de Investigación **“IMPORTANCIA DEL PODCAST COMO FORMATO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO SONORO EN UNIMINUTO RADIO UVD”** previo a la obtención del título de Pregrado en Comunicación Social, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de grado en mención.

Bogotá D.C., abril de 2020

EL AUTOR

Edgar Yesid Delgado Mahecha



AUTORIZACIÓN

Yo, Edgar Yesid Delgado Mahecha

Autorizo a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, la publicación en el Sistema Nacional de Bibliotecas de la institución del Trabajo de grado titulado: **“IMPORTANCIA DEL PODCAST COMO FORMATO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO SONORO EN UNIMINUTO RADIO UVD”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Bogotá D.C., abril de 2020

EL AUTOR

Edgar Yesid Delgado Mahecha



AGRADECIMIENTOS

Eterno agradecimiento a la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO UVD, por haberme dado la oportunidad de realizar mi formación profesional.

Al director del programa de Comunicación Social Jhon Jairo Rodríguez Pérez, quien siempre se mostró presto a ayudar en las dificultades presentadas a lo largo de estos años de formación profesional.

A mi familia: Juan Alejandro por todo el tiempo sacrificado de no estar a su lado, a Meral por animarme siempre, a mi madre y a mis hermanos. A todos ustedes GRACIAS.

A todas las personas que de una u otra manera colaboraron para que la realización de esta investigación haya llegado a feliz término.

Mención especial a mi tutor Mgs. Carlos Javier Benavides Ávila.



DEDICATORIA

A mi hijo Juan Alejandro, quien es el motor que me impulsa y no me deja desfallecer en ningún momento.

A la memoria de Benjamín Delgado Ballesteros, quien me dejó todo su legado de trabajo duro e incansable y a la memoria de sus radiantes ojos azules, esos que me enseñaron a mirar con optimismo en medio de la adversidad.

RESUMEN

La presente investigación determina cuál es la importancia que tiene el podcast como formato de producción de contenido sonoro en los estudiantes e integrantes que participan en los programas de UNIMINUTO Radio UVD. Se estudió el grado de conocimiento del formato podcast por parte de los estudiantes e integrantes de los programas. La investigación estuvo enfocada en el método mixto, en donde se hizo uso de la entrevista semiestructurada para realizar un análisis cualitativo y de la encuesta para el análisis cuantitativo, lo que permitió determinar que los estudiantes e integrantes de los programas radiales no cuentan con el conocimiento suficiente sobre el formato podcast, por tal razón se concluye que es necesario que se desarrolle un documento concreto a cerca del podcast que complemente la línea editorial de UNIMINUTO Radio y el manual de estilo establecido para los programas radiales de UNIMINUTO Radio UVD.

Palabras clave: Podcast, radio universitaria, radio digital, lógicas de producción.

ABSTRACT

This research determines the importance of the podcast as a format for the production of sound content in the students and members who participate in UNIMINUTO Radio UVD programs. The degree of knowledge of the podcast format by the students and members of the programs was studied. The research was focused on the mixed method, where the semi-structured interview was used to carry out a qualitative analysis and the survey for the quantitative analysis, this allowed to determine that students and members of the radio programs do not have sufficient knowledge Regarding the podcast format, for this reason it is concluded that it is necessary to develop a specific document about the podcast that complements the editorial line of UNIMINUTO Radio and the style manual established for the radio programs of UNIMINUTO Radio UVD.

Keywords: Podcast, university radio, digital radio, production logic.

RESUMO

Esta investigação determina a importância do podcast como um formato para a produção de conteúdo sonoro nos estudantes e membros que participam dos programas UNIMINUTO Radio UVD. Foi estudado o grau de conhecimento do formato de podcast pelos alunos e membros dos programas. A investigação foi focada no método misto, onde a entrevista semiestruturada foi utilizada para realizar uma análise qualitativa e a sondagem para a análise quantitativa, isso permitiu determinar quais alunos e membros dos programas de rádio não possuem conhecimento suficiente. Quanto ao formato do podcast, conclui-se que é necessário elaborar um documento específico sobre o podcast que complemente a linha editorial da UNIMINUTO Radio e o manual de estilo estabelecido para os programas de rádio da UNIMINUTO Radio UVD.

Palavras-chave: Podcast, rádio universitária, rádio digital, lógica de produção.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág
1. INTRODUCCIÓN_ _ _ _ _	1
2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA_ _ _ _ _	3
3. JUSTIFICACIÓN_ _ _ _ _	6
4. OBJETIVO GENERAL_ _ _ _ _	8
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS_ _ _ _ _	8
6. ANTECEDENTES_ _ _ _ _	9
7. MARCO TEÓRICO_ _ _ _ _	13
8. MARCO HISTÓRICO_ _ _ _ _	17
9. MARCO LEGAL_ _ _ _ _	18
10. METODOLOGÍA_ _ _ _ _	20
10.1. Categorías, variables y temas de análisis_ _ _ _ _	23
10.2. Población_ _ _ _ _	25
10.3. Muestra_ _ _ _ _	25
10.4. Fuentes de Investigación_ _ _ _ _	25
10.5. Técnicas para la recolección de datos_ _ _ _ _	26
10.6. Sistematización de la información_ _ _ _ _	27
11. RESULTADOS_ _ _ _ _	28
12. CONCLUSIONES_ _ _ _ _	36
13. RECOMENDACIONES_ _ _ _ _	40
14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS_ _ _ _ _	42

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Categorías, variables y temas de análisis_ _ _ _ _	23
Tabla 2. Categorías, variables y temas de análisis_ _ _ _ _	24

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica1. Resultados pregunta 1 de la encuesta _ _ _ _ _	32
Gráfica2. Resultados pregunta 2 de la encuesta _ _ _ _ _	32
Gráfica 3. Resultados pregunta 3 de la encuesta _ _ _ _ _	33
Gráfica 4. Resultados pregunta 4 de la encuesta _ _ _ _ _	34
Gráfica 5. Resultados pregunta 5 de la encuesta _ _ _ _ _	35

IMPORTANCIA DEL PODCAST COMO FORMATO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO SONORO EN UNIMINUTO RADIO UVD

1. INTRODUCCIÓN

La amplificación de los conocimientos de las aulas a través de la transmisión de los saberes desde la academia es un proceso básico de las tareas universitarias. En este sentido la radio ha sido y continúa siendo un mecanismo para el progreso y la formación de proyectos que permiten divulgar la ciencia y la tecnología a la sociedad. Fundamentado en su objetivo de informar, educar y entretener. La radio universitaria nació en las aulas de educación superior, como una forma de extensión de la universidad. Su misión es:

En términos generales la labor principal de toda emisora universitaria es la de difundir saberes hacia la sociedad y reflejar en sus contenidos los objetivos que como sistema educativo sigue, planteado de diferente manera según el país, de acuerdo a sus estatutos y reglamentos. (Vázquez, 2015, p. 152).

Siendo una estrategia de comunicación, mayoritariamente la radio universitaria se apoya en los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo buscando así fomentar en ellos la práctica a través de la creación de contenido. “Este tipo de emisoras se centra en la necesidad de dotar a los estudiantes e investigadores de un medio que sea, simultáneamente, un medio de

comunicación y entrenamiento de los futuros comunicadores” (Ortíz, 2014, p. 64).

En UNIMINUTO Radio UVD “los comunicadores aprenden educación y los educadores, la comunicación” (Galarza, 2003, p.61)., es así como el talento humano de UNIMINUTO Radio UVD está compuesto por docentes, estudiantes y un equipo de expertos en diversas áreas, que a través de productos mediáticos buscan la socialización del conocimiento, la educación y la cultura desde la perspectiva académica de la universidad como institución social.

Teniendo en cuenta el legado del Padre Rafael García-Herreros con la obra social del Minuto de Dios, UNIMINUTO Radio está alineada a dicha obra y presta un servicio social, tanto a la comunidad en general, como a la comunidad educativa.

En este sentido, Para Piñeiro & Ramos (2011, p.89). la radio universitaria es “un tipo de emisora con características propias de las radios comunitarias y de las radios educativas, que opera dentro de una comunidad académica”.

Partiendo de la anterior idea, UNIMINUTO Radio es ejemplo claro de la radio educativa que a la vez está comprometida con la comunidad en general con presencia en diferentes canales.

UNIMINUTO Radio cuenta con canales de transmisión: análogos y digitales. Las ondas hertzianas son el formato clásico tradicional (analógico), que en este caso se ubica en la frecuencia 1430 AM. Por otra parte, la página

web (digital) es el formato que se ha convertido en el espacio perfecto para el impulso de los programas radiales de UNIMINUTO Radio UVD. Y es aquí, justamente donde tiene cabida el formato podcast que a su vez está acompañado de texto e imagen, es decir, la página web nos da la posibilidad de expandir el contenido a diferentes formatos (transmedia).

En UNIMINUTO Radio UVD, actualmente contamos con programas tipo magazín, y precisamente, Perona, en la investigación "*Las emisoras universitarias en el contexto digital, programación, nuevos medios y hábitos de escucha*". Manifiesta que "el formato magazine, es decir, aquel en el que se combinan diferentes subgéneros informativos (entrevistas, tertulias, noticias, debates, etc.) en espacios de tiempo relativamente breves, se consagra como una de las fórmulas de transmisión de contenidos más apreciada" (Perona. 2012. p.44)

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente el programa de Comunicación Social UVD (CSOD), genera espacios de creación y producción de radio a través de la emisora UNIMINUTO Radio, principalmente para los estudiantes que hacen parte del programa, también participan docentes, administrativos y estudiantes de otras carreras.

Para el año 2019 había y se producía diez programas consolidados, quienes realizaban una emisión semanal, bien fuera a través de un programa pregrabado (podcast) o una emisión en vivo en UNIMINUTO Radio. La calidad de los programas no varía indiferentemente si se hacen en podcast o en vivo,

ya que la universidad cuenta con estudios de radio bien dotados que permite a los integrantes de los programas generar contenidos de excelentes características.

Es necesario aclarar que estos espacios que brinda el programa junto con la emisora son extracurriculares y no es obligatorio que los educandos realicen estas actividades, no obstante, se hace necesario tener dichos espacios a disposición de los estudiantes para que puedan experimentar, explotar sus habilidades comunicativas y creativas y que puedan ampliar las oportunidades de experiencia que en ocasiones son escasas en las aulas de clase.

Sin embargo, es indispensable concienciar a los integrantes de los programas sobre la importancia de crear contenido con altos estándares de calidad, más aún cuando se hace a través del podcast que, aunque no son transmitidos directamente en la emisora UNIMINUTO Radio, sí son publicados en la página web de esta. Es aquí cuando el podcast toma mayor importancia porque queda el contenido listo en la web para ser reproducido cuando se quiera, donde se quiera y las veces que sea.

A raíz de lo anterior, es prescindible visualizar la evolución que han tenido los estudiantes, que en algunos casos llevan hasta dos años, resaltar la importancia de la experiencia que han tenido y poner al descubierto lo fundamental del podcast con las infinitas posibilidades que nos brinda la web 2.0 que ha transformado y revolucionado la forma de hacer radio en el mundo.

Al estar inmersos en este mundo de tecnología e internet, no se puede desconocer la “inmediatez” que el mundo globalizado exige en la actualidad; y los podcast también han evolucionado para adaptarse a las exigencias del mercado, es decir, hoy en día un podcast no debe tener una gran extensión, porque muy seguramente no será escuchado en su totalidad. (Giraldo, 2017, El gran dilema: ¿Cuánto tiempo debe durar un episodio en los Podcast?) Los contenidos deben ser cortos, pero precisos en la información.

Por lo expuesto anteriormente, esta investigación se regirá por el siguiente cuestionamiento: ¿Cuál es la importancia que tiene el podcast como formato de producción de contenido sonoro en los estudiantes e integrantes que participan en los programas de UNIMINUTO Radio UVD?

Para responder a este cuestionamiento se plantea la hipótesis de que los estudiantes e integrantes de los programas de UNIMINUTO Radio UVD realizan sus contenidos en este formato porque así está estructurada la entrega del contenido para ser publicada en el sitio web, más no porque sean conscientes de la importancia del podcast como formato de producción de contenido sonoro.

3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfocará en estudiar la importancia del podcast como formato de producción de contenido sonoro en UNIMINUTO Radio UVD, ya que debido a la evolución de la web 2.0, se multiplicaron las posibilidades de poner contenido radial en diferentes plataformas y no está limitado a la emisión a través de las ondas hertzianas o emisión análoga.

En este sentido, no se puede desconocer la evolución del podcast en sí, ya que como se mencionó anteriormente, en la actualidad nos encontramos en un mundo dinámico que se transforma casi que a diario y por ende es preciso ir adaptándose a sus exigencias.

Por lo anterior, es necesario acudir a teóricos que han estudiado el tema, como Emma Rodero, especialista en comunicación y oratoria, quién ha hecho estudios en los que demuestra los poderes de persuasión de la voz; herramienta fundamental en la producción radiofónica. (Rodero, 2005, Producción Radiofónica)

Este trabajo permitirá mostrar la importancia del podcast en la evolución de la radio, sobre todo, la importancia que tiene en la formación de los nuevos comunicadores de UNIMINUTO UVD que se enfrentan a un mundo lleno de cambios sistemáticos que evolucionan y revolucionan lo que en un principio estaba establecido y precisamente este es el caso de la radio.

También pretende fortalecer el espacio de Radio UVD, para que los estudiantes e integrantes de los proyectos de radio tengan una visión más clara de lo que se debe hacer en cuanto al formato podcast.

Esto traerá beneficios para la institución, porque estará a la vanguardia en la producción radiofónica partiendo del podcast, para los estudiantes porque se estarán formando en lo actual y para la sociedad porque se les entregará información de calidad y sintetizada, sin extenderse a audios largos, pero asegurando una información completa.

Por último, la emisora UNIMINUTO Radio igualmente se beneficiará, ya que las posibilidades de que los contenidos sean escuchados aumentará, porque al ser podcast cortos y concretos, el consumidor tendrá la certeza que al escuchar los contenidos no se va a encontrar con audios de larga duración, sino con la información concreta en un podcast de corta duración.

Así, al término de este proyecto, se fortalecerá el proyecto de Radio UVD y se tendrá un espectro más amplio de las posibilidades que nos brinda el formato podcast en la generación de contenido sonoro en UNIMINUTO Radio.

4. OBJETIVO GENERAL

Determinar la importancia que tiene el podcast como formato de producción de contenido sonoro para los estudiantes e integrantes que participan en UNIMINUTO Radio UVD, con el fin de generar una propuesta que incentive una mayor apropiación de este formato en dichos programas radiales.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las lógicas de producción que tienen los estudiantes e integrantes que participan en los programas de UNIMINUTO Radio UVD en torno al uso del formato podcast desde sus recursos técnicos y narrativos.
- Evaluar el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes e integrantes que participan en UNIMINUTO Radio UVD sobre el podcast y su implementación como recurso en las agendas informativas de sus respectivos programas.

6. ANTECEDENTES

El formato de producción radiofónica del siglo XXI es sin duda el Podcast. La web 2.0 es un universo de posibilidades y la radio ha sido uno de los medios que más rápidamente se ha adaptado a las exigencias del presente.

Para la elaboración de los antecedentes, se realizó una consulta de publicaciones académicas que desarrollaran el concepto del podcast como alternativa para hacer radio y producción sonora en el ámbito universitario y educativo.

En Reino Unido se llevó a cabo la investigación “*Eduaining audio: an exploration of education podcast design possibilities*” (2017). En esta investigación el autor centra la importancia del podcast como herramienta de educación, es decir, que los podcast se convierten en aliados de los maestros, quienes a través de este formato han encontrado una nueva forma de transmitir el conocimiento a sus estudiantes.

La versatilidad, la intimidad y la facilidad de producción del podcasting lo convierten en una tecnología lógica para aplicar a contextos educativos flexibles. Como resultado, ha habido un creciente interés académico en el valor del podcasting educativo en los últimos años. Si bien la literatura sobre podcasts educativos ha tendido a explorar la implementación de podcasts en contextos institucionales, los podcasts educativos fuera de la academia también han crecido en popularidad, en la medida en que la

"educación" es un subgrupo común en los sitios de agregación de podcasts. (Drew, 2017, p. 48)

Esto con el fin de mostrar que el podcast no necesariamente tiene que ser "radio", sino que, por la versatilidad del formato, este se adapta a cualquier entorno en la web; para entretener, informar y educar entre otras muchas posibilidades.

Sin embargo, la radio es la que más aprovecha este formato, ya que puede dejar en la web un programa ya emitido en vivo, el cual puede ser completo o solamente lo más relevante. Es más, las estaciones radiales tienen contenido exclusivo en la web que no es emitido en la parrilla de programación, sino que solamente está en formato podcast. "Los podcasters en Podium Podcast se sienten libres de convenciones de programación de radio y tienen la oportunidad de experimentar con contenido que no se ajusta a los horarios actuales de las estaciones de radio". (Sellas. & Solà, 2019, p. 63). Así lo exponen los autores en la investigación realizada en España: "*Podium Podcast and the freedom of podcasting: Beyond the limits of radio programming and production constraints*".

El oyente no tiene que estar pendiente de una hora fija para escuchar sus programas de radio favoritos, sino que puede reproducirlo cuando quiera, dónde quiera y las veces que quiera. "los pódcast conllevan una experiencia generalmente individual de audición, por lo que aumenta el nivel de complicidad

entre el productor y el oyente” (González, 2019, cuaderno de periodistas); *“El auge del pódcast como nueva narrativa periodística”*.

Muchos profesores y periodistas han visto en el podcast una gran herramienta; “el podcast se ha constituido en los últimos años como una vía para que jóvenes periodistas o recién titulados puedan abrirse paso en el mercado de trabajo forjándose, más allá del blog y las redes sociales, su propia marca personal” (Rojas, 2018, periodismo deportivo de calidad.); *“El potencial del podcast como formato para un periodismo deportivo hiperespecializado o de nicho”*.

El periodista José Antonio Gelado, explica la diferencia de hacer radio en vivo y en formato podcast “Técnicamente es similar, pero un podcast es algo más amateur, más fresco, a veces con fallos o con peor sonido, pero más cercano al oyente. No hay que ser periodista, sólo hay que contar lo que te interesa” (monmagan.com, ¿Qué es un podcast?, 2010)

Lo anterior quiere decir que el nicho al que está dirigido un podcast por lo general va a elegir contenido por encima de calidad sonora, aunque si se pueden conjugar las dos, el éxito del podcast aumentará. En palabras de Gorka Zumeta “Si se da la conjunción de estos dos elementos, hay conexión, hay eficacia de comunicación entre el podcast y el oyente. Insisto: ¡igual que en la radio!” (Zumeta, 2017, Metapodcast sobre el 'Universo Podcast'.)

Por otra parte, en la investigación: *“On a Screen Near You: The New Soundwork Industry”*, del estadounidense Michele Hilmes, “analiza la industria

de la grabación del sonido como una rama de la industria de los medios de comunicación” (Hilmes 2013, p. 177). Esto reafirma que el formato podcast es un aliado infalible en la realización de la radio a través de la web.

Toda esta revolución lleva a pensar que con la misma rapidez en que se ha transformado la radio, así mismo existan investigaciones a cerca del podcast y la producción radiofónica, pero la realidad es que no se ha investigado mucho sobre el tema y esto queda en evidencia en el documento científico “*Estudios sobre el podcast radiofónico: revisión sistemática bibliográfica en WOS y Scopus que denota una escasa producción científica*”. Los autores que realizaron esta revisión bibliográfica evidencian las pocas investigaciones sobre el tema. Ellos concluyen que una vez buscados en WOF (Web of Science) y Scopus utilizando los términos “radio” y “podcast” encontraron que tan solo existían 91 artículos (2018), de los cuales solamente 28 pertenecían a la temática abordada y de estos, 27 estaban escritos en inglés y tan solo 1 en español. (Galán, Herrero, Vergara y Martínez, 2018, p. 1398 a 1411).

Lo anterior demuestra que el formato podcast, aunque haya sido poco estudiado, su versatilidad lo hace el preferido para la difusión sonora y en el caso de esta investigación para UNIMINUTO Radio UVD “los estudiantes reconocen al podcast, como vehículo para la revisión de contenidos, así como una alternativa al aprendizaje” (Contreras & Eguía, 2009, p.144).

7. MARCO TEÓRICO

Este capítulo pretende definir los abordajes conceptuales sobre el podcast como manera de hacer en la producción radiofónica, en complemento se cita la lógica de producción mediática desde la construcción de las agendas informativas delimitando un panorama de discusión pertinente a los intereses propios de esta investigación.

a) El podcast, formato, función y producción como elemento radiofónico:

En primera instancia, la definición de podcast por parte de Serrano y Pintado-Grande (2012) se fundamenta en la contracción de la palabra *iPod*, refiriendo a esta como la plataforma pionera en la que se gestó y ofreció el podcast, como palabra compuesta se complementa con *broadcast* que en inglés significa emisión mediática en términos tecnológicos. Definido lo anterior el podcast se presenta como un híbrido que al final de cuentas es un formato mp3 realizado con unas técnicas específicas según las necesidades con las que se produzca, y almacenado en un servidor para ser descargado y reproducido como el consumidor lo prefiera.

En otras palabras, el 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.” (Solano, 2010, p. 125).

En cuanto a la producción radiofónica Rodero (2005) define cuatro elementos: (i) Concepción, como conocimiento y recogida de los elementos productivos. (ii) Selección, como la elección de elementos productivos. (iii) Diseño, que comprende la combinación y estructuración de elementos productivos. (iv) Realización, como la materialización del producto. Además, indica Rodero (2005) que es necesario producir desde la humanización y no producir por el simple hecho de hacerlo. Se debe integrar la razón, las emociones y las sensaciones, si falta alguno de estos componentes el discurso será fragmentario.

En complemento, la autora cierra con las características que debe tener un productor radiofónico. (i) Saber cómo funciona el proceso de mezclas de cada pieza. (ii) Poseer una sólida cualidad vocal y pronunciación. (iii) destreza para mezclar simultáneamente varios elementos. (iv) Tener buen oído, sensibilidad auditiva. (v) Habilidad para la redacción.

Así se cierra la definición de la producción radiofónica, una vez comprendido el concepto es necesario hablar de los contenidos, que Rodero (2005) los divide en, (i) Conocimiento teórico de los componentes de la Producción Radiofónica, en otras palabras, es entender el sonido como la materia prima y los elementos del lenguaje radiofónico. (ii) Conocimiento técnico de las herramientas de la Producción Radiofónica, es decir, entender la tecnología como mediadora principal en la construcción del producto radiofónico.

b) La lógica y configuración de los contenidos; la agenda mediática:

Conocer el contexto en el que se produce contenido radial, para quién se produce y qué se produce es decisivo a la hora de planear cada una de las emisiones de los programas de UNIMINUTO Radio UVD, pues es necesario saber de qué se está hablando en general en los medios, cuál es el tema primordial y si se ajusta a la temática central de cada uno de los programas, es decir, hay que conocer cuál es la agenda del momento.

El término Agenda Setting es definido actualmente como la transferencia de relevancia de una agenda hacia otra (McCombs, 2010). Esto hace referencia a la autoridad que los grandes medios de comunicación pueden tener sobre los más pequeños en cuanto a la estructura de temas y opiniones que dominan sus coberturas; a este comportamiento Warren Breed (1955) lo denominó homogeneidad.

Lo anterior, quiere decir que es necesario realizar un análisis previo a la emisión del contenido radial, en este caso, previo a la grabación del podcast. Dicho análisis de contenido se utiliza para establecer la relevancia de los temas en la agenda mediática.

Las redes sociales también cobran protagonismo al momento de definir la agenda, pues se han convertido en un espacio de opinión pública, en donde sujetos del común, personajes influyentes y medios de comunicación expresan libremente sus puntos de vista sobre un tema específico que esté cobrando importancia noticiosa, una de las que se

considera más importante para la expresión del discurso público, sin duda es Twitter (Rubio García, 2014).

Es importante aclarar, que el uso de cualquier herramienta para la definición de la agenda debe estar sujeta al objetivo que se persigue con la investigación o tema que se quiera tratar en la emisión o grabación del podcast, no se trata solamente de medir por medir, sino que la agenda debe estar correlacionada con el objetivo y con el eje temático de cada uno de los programas de UNIMINUTO Radio UVD.

McCombs reconoce que la necesidad de fijar la agenda no es exclusiva de los medios de comunicación, sino que converge con otros agentes en el proceso de formación de la opinión pública, sin embargo, recalca en que las nuevas generaciones, los acontecimientos externos y las empresas informativas no reduzcan la importancia que tienen los periodistas sobre el retrato que construyen sus audiencias del mundo, "la influencia a la hora de fijar la agenda es, en su mayor parte, un subproducto involuntario de la necesidad que tienen los informativos de centrarse en unos pocos asuntos cada día" (McCombs. 2004. p.53).

En conclusión y como lo mencioné al inicio, es necesario que los integrantes de cada uno de los programas radiales de UNIMINUTO Radio UVD, conozcan lo que está sucediendo en el ámbito noticioso propio del eje temático de su programa, para así poder tomar la mejor decisión en cuanto al contenido que contendrá su podcast, sin perder de vista el objetivo de su programa.

8. MARCO HISTÓRICO

Los estudiantes e integrantes de los programas de Radio UVD, han venido generando contenido, en algunos casos desde hace dos años, pero no tenían una visión clara de sus programas, es decir, los grupos no contaban con una propuesta, donde dieran cuenta del eje temático, tampoco tenían un manual de estilo, que los guiara y diera los parámetros dentro de los que se deben enmarcar los programas radiales de UNIMINUTO Radio.

En este sentido, los grupos de Radio UVD, no estaban tomando estos espacios con la seriedad y la responsabilidad que los mismos merecen. Actualmente ya se cuenta con un manual de estilo que se aplica para todos los programas, además cada grupo cuenta con su proyecto de radio, en donde enfoca y enmarca su eje temático.

Teniendo en cuenta lo anterior, se hace necesario ahora, que los grupos empiecen a tener conciencia de la evolución que ha traído la web 2.0 para la radio. Dentro de estas evoluciones está la generación de contenido radiofónico a través del podcast. En la medida en que se vaya avanzando y ajustando procesos, la calidad de los programas van a ir mejorando, así como las habilidades comunicativas y periodísticas de los integrantes de los grupos de Radio UVD.

9. MARCO LEGAL

Las emisoras universitarias, como es el caso de UNIMINUTO Radio, hacen parte de lo que se ha denominado Radio Comunitaria, las cuales son una estación de transmisión a través de las ondas hertzianas y cuyo objeto no es comercial o lucrativo, sino que sus intenciones son las de favorecer a la comunidad y a la vez busca un desarrollo para la misma.

En todo caso, aunque su objeto no es comercial, se ven reguladas de igual manera que las emisoras comerciales, en este caso, en Colombia las estaciones radiales están regidas por normas que garantizan el cumplimiento de los objetivos de las emisoras y el uso del espectro radioeléctrico el cual soporta la transmisión con calidad y eficiencia.

Las siguientes normas son las que se aplican para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora en Colombia:

- Ley 1341 de 2009, Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones.
- Resolución 415 de 2010, Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones.
- Decretos y Resoluciones Actualización Plan Técnico AM y FM, Por la cual se adoptan medidas en materia de ordenación técnica del espectro

radioeléctrico atribuido a la Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A. M.) y Frecuencia Modulada (F. M.)

- Decreto 4350 de 2009, Por el cual se establece el régimen unificado de contraprestaciones, por concepto de concesiones, autorizaciones y permisos en materia de servicios de radiodifusión sonora y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 4995 de 2009, Por el cual se modifica el Artículo 6 del Decreto 4350 de 2009.
- Decreto 195 de 2005, Por el cual se adopta límites de exposición de las personas a campos electromagnéticos, se adecuan procedimientos para la instalación de estaciones radioeléctricas y se dictan otras disposiciones.
- Resolución 1645 de 2005, Por la cual se Reglamenta el Decreto 195 de 2005.
- Decreto 4948 de 2009, Por el cual se reglamenta la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y el registro de TIC.

Hay que aclarar, que las anteriores normas aplican para emisoras análogas y hace referencia exclusivamente al contenido que se emite a través de las ondas hertzianas. El tema de las emisoras On Line, es diferente porque en este caso, ya no están reguladas por el Min TIC, ni tienen costes de

transmisión porque no hacen uso del espectro radioeléctrico. Las emisoras On Line en Colombia solo tienen licencias por parte de SAYCO y ACINPRO, que también aplica para las análogas.

Actualmente todas las emisoras análogas cuentan con su sitio web, donde hacen una expansión de sus contenidos. También hay que aclarar que hay emisoras ciento por ciento On Line.

En este caso UNIMINUTO Radio, es una emisora análoga, pero que cuenta con su sitio web, que es donde los programas de Radio UVD ponen sus contenidos transmedia de los cuales hacen parte los podcast.

10. METODOLOGÍA

El presente estudio de investigación se enmarcará desde un enfoque mixto que consiste en un análisis cualitativo y cuantitativo, lo que lleva a una serie de técnicas e instrumentos de recolección de datos. La investigación mixta permitirá comprender integralmente el fenómeno en términos de la apropiación con evidencia desde el campo de la observación y a su vez desde la evidencia de lo lógico matemático; desde lo empírico.

Desde el enfoque cualitativo se pretende interpretar y comprender los testimonios sobre lo que cada uno de los participantes entiende de la lógica de producción en la radio universitaria, partiendo del análisis de cada una de las realidades para llegar a una generalización; el método inductivo complementa

dicho enfoque, ya que permite profundizar tanto la exploración como la interpretación de las concepciones y el significado de las prácticas de los individuos en contexto, dos aspectos principales de esta investigación. (Hernández, Fernández & Baptista. 2010).

Para desarrollar esta parte de la investigación se realizará una entrevista semiestructurada, en donde no se seguirá estrictamente una lista formal de preguntas; sino preguntas abiertas, lo que permitirá una discusión con el entrevistado en lugar de un formato sencillo de preguntas y respuestas. Según Bernard (1988), las entrevistas semiestructuradas se utilizan mejor cuando el investigador no tendrá más de una oportunidad de entrevistar a alguien. A su vez, esta proporciona un conjunto claro de instrucciones para los entrevistadores y proporciona datos cualitativos confiables y comparables.

Desde el enfoque cuantitativo, como premisa de abordaje e interpretación de la realidad, se evaluará el nivel de conocimiento sobre el podcast y su implementación como recurso en las agendas informativas como lo describen Hernández, Fernández & Baptista:

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Hernández, Fernández & Baptista. 2010. p.10).

En esta parte de la investigación se realizará una encuesta, esto con el fin de revelar el porqué, ya que las encuestas proporcionan números concretos sobre las opiniones y conductas de las personas y pueden usarse para tomar decisiones importantes.

Según lo anterior, se definen las siguientes características como elementos enfáticos en la intención de la presente investigación:

- a) Descriptiva: la investigación estará ajustada a un estudio descriptivo a través de recolección de datos que permitan describir los procesos que aplican los estudiantes e integrantes de los programas de UNIMINUTO Radio UVD al momento de crear su contenido radial en formato podcast y así poder exponerlos e interpretarlos objetivamente.

En este caso, el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos se convierte en una fase de esta investigación:

- Primera fase: investigación cualitativa a través de la aplicación de la entrevista semiestructurada, en la que se contemplan las categorías de análisis de Lógicas de producción y Agenda Setting.
- Segunda fase: Investigación cuantitativa a través de la aplicación de la encuesta, esta será aplicada a la totalidad de la muestra, teniendo en cuenta que contiene un número de sujetos limitados.
- Tercera fase: triangulación, la cual se resume en la convergencia de los datos cualitativos y cuantitativos, es decir, la utilización de dos metodologías distintas con el propósito de conocer y analizar

un mismo objeto de la realidad social. Se pretende ante todo reforzar la validez de los resultados.

- b) De campo: La investigación se desarrollará directamente con los diez grupos de radio, de esta manera se mantendrá una relación directa con las fuentes de información, tanto a nivel grupal, como individual. Donde se observarán las actividades y las tareas que se realizan previo a la grabación de podcast.

10.1. Categorías, variables y temas de análisis:

Lógicas de producción		
Categorías	Variables	Temas
Tarea comunicativa: Según Serrano (1985), es el ejercicio de construcción del producto comunicativo por parte de los agentes sociales del medio de comunicación.	Agentes sociales: <ul style="list-style-type: none"> - Juntas de redacción - Líder del programa - Participantes - Líder de sala de prensa CSOD 	Mediación de los medios de comunicación
Mediación funcional de los medios de comunicación: Según Serrano (1986), es la producción y transmisión de información de acuerdo con el contexto en que se encuentra el medio y concuerda con los principios de la institución mediática.	Contexto: <ul style="list-style-type: none"> - Consideración de información relevante - Intención de los contenidos para la audiencia definida - Eje temático del programa - Línea editorial UNIMINUTO Radio UVD. 	Mediación de los medios de comunicación
Mediación institucional de los medios de comunicación: Según Serrano (1985), es el ejercicio de garantizar su supervivencia como medio de comunicación desde su decisión un cuanto a entender su entorno.	Institucionalidad, entender el medio de comunicación desde las siguientes dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> - Ética - Social - Políticas institucionales La innovación en sus productos comunicativos. La tradición en sus productos comunicativos.	Mediación de los medios de comunicación
La producción radiofónica: Roderó (2005), define la producción radiofónica como un proceso de creación y elaboración radiofónica a partir del uso de géneros y formatos.	Producción radiofónica, proceso de elaboración: <ul style="list-style-type: none"> - Concepción - Selección - Diseño - Realización 	Producción mediática radiofónica

<p>El lenguaje radiofónico: Para Rodero (2005) es la combinación de elementos propios de la producción radiofónica para la creación de una pieza comunicativa.</p>	<p>Componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sonido - Lenguaje radiofónico: - Voz - Música - Efectos - Silencios <p>Herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecnologías - Técnicas <p>Estructura:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Géneros - Programas 	<p>Componentes de la producción radiofónica</p>
Lo periodístico		
Categorías	Variables	Temas
<p>La agenda <i>setting</i>: Para Wolf (1987), es la fase productiva de los medios de comunicación de orden y caracterización de la información.</p>	<p>Elementos de producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organización de los conocimientos - Rutinas productivas - Marco institucional - Marco profesional - Marco interpretativo o sentido 	<p>Agenda <i>setting</i>, configuración y producción de la información</p>
<p>Configuración de la agenda <i>setting</i>: Mc Combs (2014), define la formación de la agenda como un proceso de selección de acuerdo con la orientación y los intereses del medio de comunicación.</p>	<p>Configuración de la agenda <i>setting</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ciclo de la información en la agenda pública - Estandarización de tiempo: corto, mediano o largo plazo. - Delimitación temática - Influencia sobre la audiencia 	<p>Agenda <i>setting</i>, configuración y producción de la información</p>
<p>El discurso radiofónico: Haye (1995) lo define como un todo de significación que se refleja en la intención del producto de audio, en cuanto al uso de recursos expresivos y abordaje temático.</p>	<p>La construcción de imágenes acústicas a partir de signos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orales - Verbales - Musicales - Sonoros - Silencios 	<p>Componentes de la producción mediática radiofónica</p>

Tabla 1: contextualización sobre categorías de investigación propuesta por Benavides, C., (2018) en su trabajo de maestría y adaptada por autoría propia a esta investigación de Comunicación Social UVD

10.2. **Población:** UNIMINUTO Radio.

La emisora UNIMINUTO Radio tiene presencia en la frecuencia 1.430 AM en Bogotá y a través del sitio web www.uniminutoradio.com.co. UNIMINUTO Radio está conformada, además por sus filiales en Bello, Cali, Madrid, Neiva, Soacha, Tolima, Zipaquirá y UVD. Cada una de estas emisoras cuenta con un dial diferente dependiendo de su ubicación geográfica, sin embargo, todas publican o extienden su contenido en el mismo sitio web. Aquí es necesario aclarar que UVD no tiene dial, cuando hacen emisiones en vivo, es a través del dial de la filial de Bogotá, es decir, en los 1.430 AM., el contenido podcast sí va al mismo sitio web.

10.3. **Muestra:** UNIMINUTO Radio UVD.

Esta investigación se centra en la emisora UVD, ya que es en la cual están inmersos los estudiantes y algunos profesores, que en su mayoría pertenecen al programa de Comunicación Social UVD (CSOD) de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Esta muestra está compuesta por los integrantes de los diez grupos de radio que tiene UNIMINUTO radio UVD.

10.4. **Fuentes de Investigación:**

Para la presente investigación se recurre a las fuentes primarias y a las terciarias.

Entendiendo que una fuente primaria de información provee información directa y de primera mano sobre un evento, persona u

objeto. En este caso, las fuentes primarias son fuentes vivas para la aplicación de los dos instrumentos y en los dos casos serán las mismas, es decir, la misma muestra de la presente investigación. Por otra parte, una fuente de información terciaria enumera, recopila o cataloga fuentes de información primarias y secundarias. Estas fuentes se utilizan para buscar datos o para obtener una idea general del tema investigado. Para este trabajo las fuentes terciarias están representadas en el sustento teórico, es decir, en los antecedentes y marco teórico.

10.5. Técnicas para la recolección de datos:

Aunque el enfoque es descriptivo, la técnica de la presente investigación se enmarca en la "*Investigación Acción IA*"; la cual identifica una condición insatisfactoria y a partir de ella se generan una serie de acciones que podrían llegar a implementarse y ponerse en práctica en el contexto, pero sobre todo la IA sugiere la posibilidad de que sean los mismos sujetos de investigación quienes participen para que al término de la investigación haya un resultado tangible.

Kurt Lewin considerado padre de la IA la describe como una forma de investigación que puede unir el enfoque experimental de la ciencia social con programas de acción social, con la finalidad de que ambos respondan a los problemas sociales principales. Es decir, que la IA es un proceso en el cual los sujetos investigados entran a formar parte de la investigación.

En esta investigación, se expone la IA como una relación estructural entre la teoría y la práctica, la cual está dada en la búsqueda de situaciones sociales y que simultáneamente se realizan acciones para generar cambios en el problema investigado.

A partir de lo anterior se inició un trabajo de acercamiento y exploración con los estudiantes y docentes que participan de los programas radiales de UVD, con quienes se compartió tiempo durante todos los procesos previos a la realización de su contenido; lo anterior se dio durante el tiempo que hice parte del proyecto sala de prensa como practicante del programa de Comunicación Social UVD. Por otra parte, este proceso de IA se reforzó con las dos herramientas o instrumentos de recolección, que como ya se mencionaron fueron: la Entrevista Semiestructurada y la Encuesta.

10.6. Sistematización de la información:

Teniendo en cuenta que esta investigación se enmarcó en un método mixto, se realizó por aparte el análisis de cada uno de los datos obtenidos tanto en las entrevistas, como en las encuestas. Cada uno desde su enfoque (cualitativo y cuantitativo), una vez obtenida la información se finalizó con la triangulación de los resultados cualitativos y cuantitativos.

En el procesamiento de datos obtenidos a partir de las entrevistas se realizó un proceso de reducción de datos de todos los que fueron obtenidos en la información facilitada por los entrevistados. Mientras que en el procesamiento de los datos obtenidos de las encuestas se partió de la lógica matemática, aplicando la estadística para llegar a conclusiones generales de acuerdo con los porcentajes de aciertos y desaciertos.

Por último, se realizó un análisis tanto de los datos cualitativos como cuantitativos para poder llegar a las conclusiones generales de esta investigación.

11.RESULTADOS

11.1. **Entrevista Semiestructurada:** la información recogida permitió identificar las lógicas de producción en cada uno de los programas de UNIMINUTO Radio UVD, en torno al uso del formato podcast desde sus recursos técnicos y narrativos.

Cada grupo cuenta con un líder en el programa con quien se realiza una reunión previa a la preparación de cada uno de los programas, es decir tienen un encuentro de redacción, allí se designan tareas a cada integrante de los grupos de acuerdo con la temática que se aborde, se inicia el proceso de investigación y una vez reunida y armada la estructura de la emisión, la información es compartida en un drive para que todo el equipo tenga el

conocimiento total del programa. Luego viene la grabación del podcast, que en este caso puede ser solo grabación para luego ser colgado en la página web de UNIMINUTO Radio o puede ser una emisión en vivo y posteriormente llevado en formato podcast a la página web. Esta dinámica la realizan todos los grupos, ya que así está estructurado en el manual de estilo y funciones, sin embargo, cada uno de los grupos se enfrenta a obstáculos diferentes dependiendo de su eje temático. Con estas entrevistas se pudo determinar que los grupos conocen bien la línea editorial de UNIMINUTO Radio UVD y tienen claro su eje temático y público objetivo, aun así, al momento de hablar propiamente del formato podcast, los estudiantes e integrantes de UNIMINUTO Radio UVD lo producen sin tener claro qué es, cómo funciona y cuáles son las principales características, en la mayoría de grupos se evidencia la falta de conocimiento del formato, los integrantes hablan del podcast, porque así está estipulado en el manual, pero no son conscientes de lo que realmente es el formato.

Otro hallazgo, encontrado es el tiempo, aunque el formato podcast no tiene un tiempo establecido, se sabe que debe ser lo más corto posible, pero con la información precisa del tema que se está tratando, en la mayoría de los casos no lo saben y expresan que el tiempo que se les está dando es muy corto, piden que el formato se adapte a ellos, y no ellos al formato. Aquí es importante las habilidades periodísticas para poder sintetizar la información y

sacar un producto radiofónico acorde a las exigencias de los consumidores. Sin embargo, los integrantes de los programas creen que el formato facilita mucho el ejercicio de su rol periodístico, porque como ellos lo expresan teniendo a la mano un teléfono inteligente pueden hacer sus entrevistas, fotos y videos que complementan al formato al momento de ser puesto en la página web, pero prefieren las cabinas que facilita UVD o la emisora cuando es en vivo, por la calidad del audio.

En las entrevistas se evidenció gran satisfacción de los integrantes de los grupos de radio en cuanto a los recursos físicos, técnicos y humanos que están puestos a su disposición para el ejercicio de la producción de contenido en formato podcast. La mayoría coincide en que los laboratorios ubicados en la sede Calle 90, como en la sede Calle 80 y la cabina de UNIMINUTO Radio son idóneas y cumplen con las características necesarias para la producción de sus programas, así mismo creen que los equipos como consolas, diademas, micrófonos son muy buenos, aunque escasos. En cuanto al personal, dicen que los másteres que están en los laboratorios son personal calificado y cumplen con las exigencias solicitadas en el manual de estilo y las propias en la dinámica de producción de cada uno de sus programas.

Por último, en la entrevista se le solicitó a cada uno de los participantes que nos dieran su opinión en cuanto a mejoras que se puedan realizar en el proceso. La mayoría coincide en que

tienen una gran deficiencia en todo el tema de producción radiofónica, son conscientes que hacen contenido radial en formato podcast teniendo solo el conocimiento básico, debido a esto solicitan que haya más academia frente al tema y expresan la necesidad que desde el programa de Comunicación Social UVD se haga mayor énfasis en este campo, adicional creen que sería de gran ayuda, talleres prácticos, conferencias con especialistas y mayor inversión en elementos como micrófonos para poder tener productos radiofónicos en formato podcast de mejor calidad.

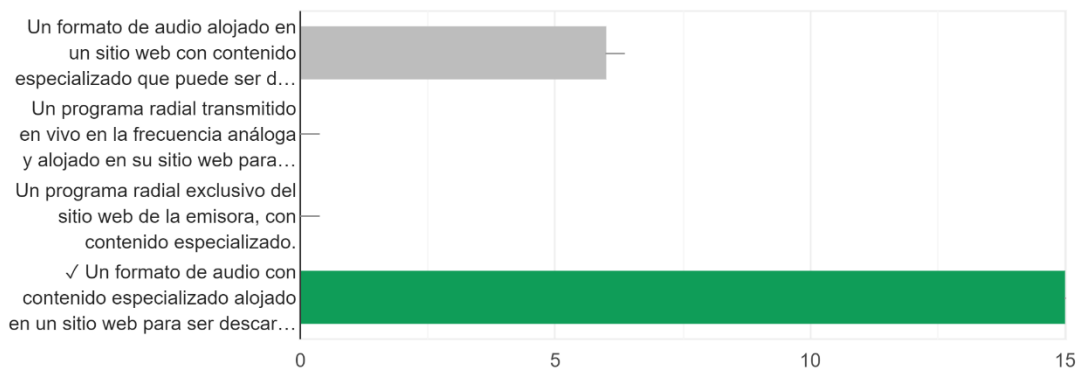
- 11.2. **Encuesta:** En este caso, con la aplicación de la encuesta se evaluó el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes e integrantes que participan en UNIMINUTO Radio UVD sobre el podcast y su implementación como recurso en las agendas informativas de sus respectivos programas radiales.

En este caso la muestra total era de 30 sujetos, que es la cantidad de integrantes que hay en los programas de radio, sin embargo, solamente 21 sujetos respondieron la encuesta, es decir, que la participación fue del 70%. En este ejercicio se realizaron 5 preguntas, de las cuales 4 fueron de conocimiento, con 4 opciones de respuesta cada una, y la quinta pregunta fue de percepción, pero cuantificada en una escala de 1 a 5.

A continuación, se presentan los gráficos de las respuestas por cada una de las preguntas.

Seleccione una opción. Un Podcast es:

15 de 21 respuestas correctas



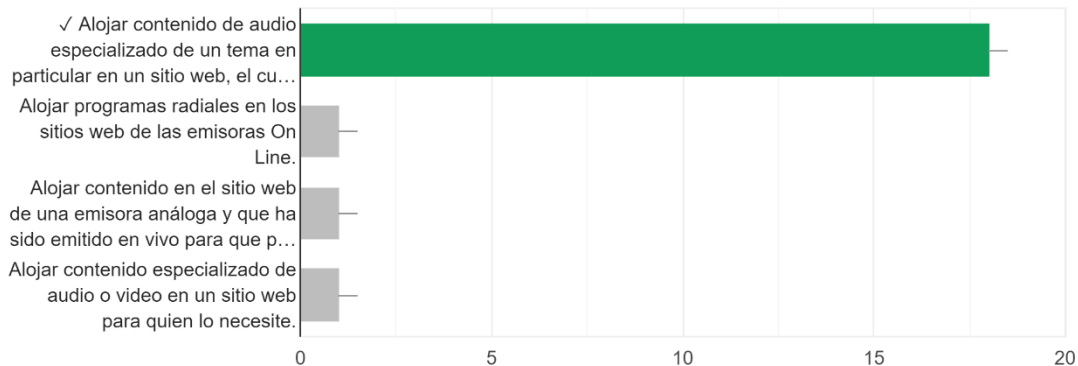
Gráfica 1. Tomada del reporte generado por Google encuestas

https://docs.google.com/forms/d/1ejN8oRMUh2To_Gfz_OjKBYbc9vZn5OrTKqw-HHmJkLA/edit#responses

En esta primera pregunta, si bien todas las opciones son ciertas, la respuesta más completa es la 4ª, es decir que el 71.4% (15) de los sujetos saben qué es un podcast y un 28.6% (6) tiene una idea, pero no muy clara. Sin embargo, el acierto de estos 15 sujetos podría deberse a un descarte de las otras opciones.

Seleccione una opción. El formato Podcast se utiliza para:

18 de 21 respuestas correctas



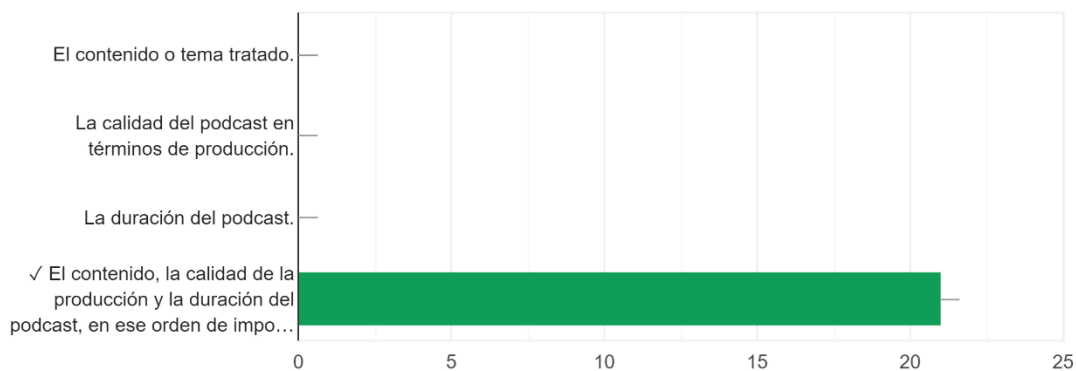
Gráfica 2. Tomada del reporte generado por Google encuestas

https://docs.google.com/forms/d/1ejN8oRMUh2To_Gfz_OjKBYbc9vZn5OrTKqw-HHmJkLA/edit#responses

En la segunda pregunta igualmente todas las respuestas son ciertas, pero la respuesta más completa es la 1ª, en este caso, el 85.7% (18) de los sujetos respondieron acertadamente, mientras que las otras tres opciones todas tuvieron un porcentaje de respuesta de 4.8% (1) un sujeto. Se puede deducir lo mismo que en la anterior pregunta, que el acierto corresponde al descarte de las demás opciones de respuesta.

Seleccione una opción. Según su conocimiento y desde su experiencia en radio ¿Qué es más importante para un usuario a la hora de elegir un podcast?

21 de 21 respuestas correctas



Gráfica 3. Tomada del reporte generado por Google encuestas

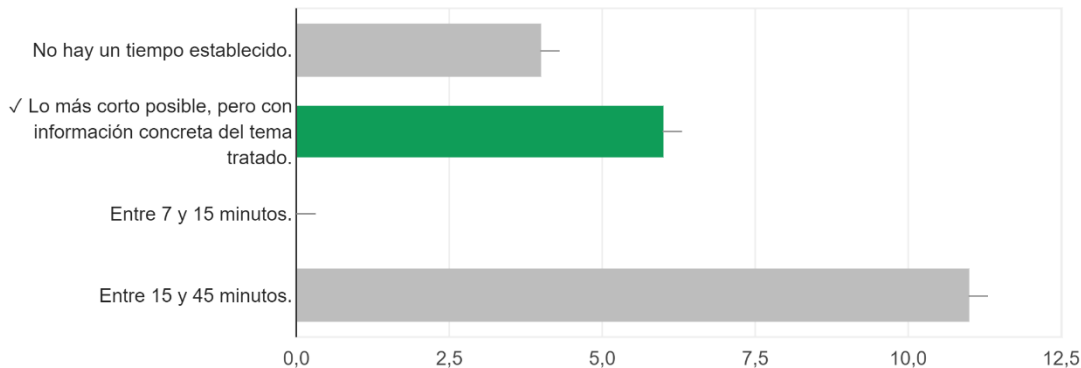
https://docs.google.com/forms/d/1ejN8oRMUh2To_Gfz_OjKBYbc9yZn5OrTKqw-HHmJkLA/edit#responses

En esta tercera pregunta el 100% (21) de los sujetos, respondieron que un usuario tiene en cuenta el contenido, la calidad de la producción y la duración del podcast, en ese orden de importancia. Eso quiere decir que los integrantes son conscientes que a la hora de realizar producción radiofónica en formato podcast el oyente lo elige porque es un tema que le

interesa, la calidad y la duración son aspectos secundarios, sin embargo, no se deben descuidar.

Seleccione una opción. ¿Cuánto debe ser la duración de un podcast?

6 de 21 respuestas correctas



Gráfica 4. Tomada del reporte generado por Google encuestas

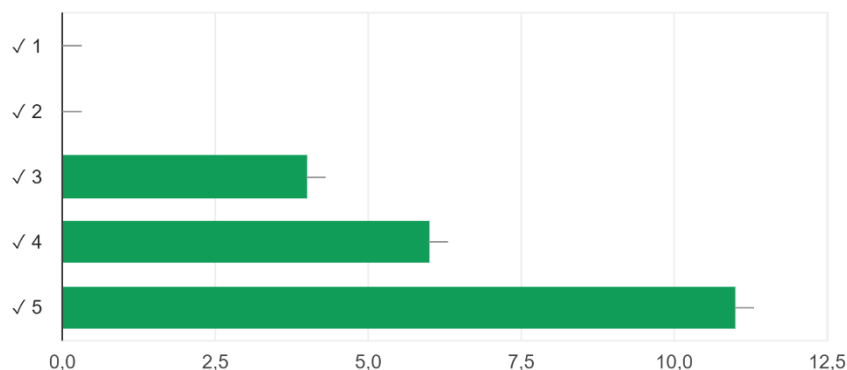
https://docs.google.com/forms/d/1ejN8oRMUh2To_Gfz_OjKBYbc9vZn5OrTKqw-HHmJkLA/edit#responses

En esta cuarta pregunta, se indagó sobre la duración que debe tener un podcast, en este caso, tanto la respuesta 1 como la 2 son ciertas, pero la respuesta 2 es la más precisa, pues si bien en la anterior respuesta, evidenciamos que lo último en lo que se fijan los oyentes es en la duración, es necesario desde la producción del formato tener en cuenta que se debe hacer lo más corto posible. En esta pregunta es donde más fallaron los participantes, pues el 52.4% (11) de los sujetos dijeron que un podcast debe durar entre 15 y 45 minutos, esto se debe al tiempo que ellos tienen en cabina a la hora de producir sus podcast. El 19% (4) de los sujetos dicen que no hay un tiempo establecido, lo cual es cierto, pero la respuesta más completa es que el podcast debe ser

lo más corto posible, pero con la información concreta del tema tratado, a lo cual solamente el 28.6% (6) de los sujetos respondieron acertadamente. Este es uno de los aspectos a reforzar, para dejar claridad en cuanto a la duración de un podcast.

Califique de 1 a 5 qué tan de acuerdo está en que los contenidos radiales en formato podcast estén alineados a la agenda informativa. Siendo 1...almente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

21 de 21 respuestas correctas



Gráfica 5. Tomada del reporte generado por Google encuestas

https://docs.google.com/forms/d/1ejN8oRMUUh2To_Gfz_OjKBYbc9yZn5OrTKqw-HHmJkLA/edit#responses

Esta última pregunta, como ya se mencionó es de percepción, pero cuantificable, la pretensión de esta pregunta era saber si para los integrantes de los grupos de radio es importante la agenda informativa a la hora de realizar su producción y desarrollar sus temáticas. En este caso se evidencia que para la mayoría es de gran importancia estar alineados con la agenda y poder enfocar su temática a lo que está pasando. El 52.4% (11) de los sujetos están completamente de acuerdo con este enunciado, mientras que el 28.6% (6) están de acuerdo, pero no totalmente, es decir que para

ellos si bien es importante la agenda, en algún momento podrían no incluirla en su temática y el 19% (4) de los sujetos están en un punto medio, es decir que si se da la oportunidad incluyen la agenda, si no, no la incluyen y no le dan relevancia al tema, sin embargo se observa que ninguno de los integrantes está completamente despreocupado por la agenda informativa, lo que indica que en alguna medida los integrantes saben que sus temas deben estar o enfocarlos a la agenda informativa del momento.

12. CONCLUSIONES

Durante las fases de esta investigación se mantuvo presente la pregunta que la condujo, de esta manera para dar respuesta fue necesario comprender las categorías que se plantearon, es decir, las lógicas de producción y la agenda informativa, esto para poder comprender cómo funcionan los programas radiales de UNIMINUTO Radio UVD.

Al alcanzar los objetivos propuestos se evidencia el nivel de conocimiento del podcast como formato de producción sonora y la relevancia que este tiene para cada uno de los programas radiales de UNIMINUTO Radio UVD.

Haber tenido interacción directa con los integrantes de los programas radiales de UNIMINUTO Radio UVD permitió llegar a conclusiones homogéneas en cuanto al nivel de conocimiento que tienen los estudiantes e integrantes de

estos programas y la importancia que el formato podcast tiene en su labor periodística, educativa y social, teniendo en cuenta lo que representa UNIMINUTO Radio para la comunidad. La importancia de expandir su audiencia en todos los casos tiene gran relevancia, de ahí que generar contenido atractivo e interesante para su público sea fundamental dentro de la producción de cada uno de los programas.

El eje temático de cada uno de los programas de UNIMINUTO Radio UVD más el estilo particular que le dan sus integrantes denota gran diferencia en cuanto al uso del lenguaje radiofónico, aunque siempre enmarcados dentro de la línea editorial de UNIMINUTO Radio UVD, cada uno con sus temáticas, inclusive los géneros musicales utilizados para acompañar el desarrollo de sus temas.

Teniendo en cuenta que cada programa tiene un eje temático diferente, no hay una competencia entre ellos, ya que cada uno tiene su público objetivo definido que en su mayoría hacen parte de la comunidad académica de UNIMINUTO, y precisamente para ellos es que producen. Además, cada grupo tiene una participación definida en un cronograma que les da la misma oportunidad tanto en los programas en vivo, como en los pregrabados, así mismo en el uso de las redes sociales como Facebook e Instagram, en donde también hacen transmisiones y por su puesto en la página web de UNIMINUTO Radio, en donde quedan todos los podcast. En este sentido la competencia no es por público, sino, por ser mejores en sus habilidades periodísticas y

continuar aprendiendo, ya que estos espacios son una extensión de la academia llevada a la práctica.

En este sentido, es importante que cada uno de los programas radiales de UNIMINUTO Radio UVD tengan una transformación constante ante las exigencias propias del mercado radial, en especial en el formato podcast, es decir, deben estar abiertos a los cambios propios de un mundo dinámico que se transforma a diario gracias a los avances tecnológicos. Esto se traduce en estar prestos a tener nuevos contenidos y diferentes abordajes de la información.

Las metodologías utilizadas en esta investigación facilitaron el análisis de las categorías y permitieron recoger los datos necesarios para el desarrollo de esta, por una parte, el enfoque cualitativo permitió interpretar la experiencia de los integrantes de los programas de UNIMINUTO Radio UVD en cuanto a la producción radiofónica teniendo como punto de partida el podcast para la creación de sus contenidos. Mientras que el enfoque cuantitativo permitió conocer en términos medibles la realidad frente al conocimiento que tienen los estudiantes e integrantes de los grupos radiales de UNIMINUTO Radio UVD del podcast como formato de producción de contenido sonoro.

Una de las dificultades presentadas en el desarrollo de la investigación fue el hecho de encontrarnos en una cuarentena a causa de la emergencia mundial por el COVID-19. En este sentido el agendamiento para las entrevistas fue difícil porque fue necesario realizarlas en video llamadas para tener la evidencia y muchos de los participantes se mostraron apáticos al tema de ser

grabados. La aplicación de la encuesta, si bien presentó algo de dificultad, se solucionó más fácil porque los participantes solamente debieron ingresar a un link para poder responder esta encuesta OnLine.

Como aporte a mi formación profesional de Comunicador Social, esta investigación es relevante para proponer nuevos temas de discusión frente al uso y apropiación del podcast como formato de producción sonora en UNIMINUTO Radio UVD, teniendo en cuenta las lógicas de producción y la agenda informativa, esto acompañado de los recursos técnicos puestos a disposición de los grupos de radio por el programa de Comunicación Social UVD (CSOD) de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO UVD. También es una oportunidad para exaltar este espacio extracurricular que pone a disposición de los estudiantes el programa CSOD, con el fin de poder extender la academia a la práctica y proponer el desarrollo de las habilidades periodísticas de los futuros comunicadores sociales.

En cuanto al proyecto UNIMINUTO RADIO UVD perteneciente a Sala de Prensa del programa CSOD, el aporte está dirigido a las mejoras que se pueden implementar producto de esta investigación, para darles a los estudiantes y participantes de UNIMINUTO Radio UVD herramientas concretas en cuanto al podcast como formato principal de producción en los programas pertenecientes a dicho proyecto.

13. RECOMENDACIONES

Si bien el espacio UNIMINUTO Radio UVD, es un espacio extracurricular del programa de Comunicación Social UVD (CSOD) y los estudiantes son libres de elegir si participan o no, dependiendo de sus intereses profesionales; sin embargo, los estudiantes e integrantes de estos programas de UNIMINUTO Radio UVD deben tener tiempo adicional a parte del que destinan a su plan curricular para poder desarrollar estos proyectos que son una extensión del aprendizaje en las aulas, específicamente en la materia de producción radiofónica. Es necesario tener en cuenta que dicha asignatura es de 8 semanas y la principal dificultad está en la rapidez con que son tratados los temas, ni siquiera se alcanzaría a profundizar en el formato podcast en su totalidad si las 8 semanas estuvieran dedicadas solo a dicho formato. Por otra parte hay estudiantes de primeros semestres que forman parte de los programas de radio y por ende no han visto la materia de producción sonora y además, los docentes que participan no son Comunicadores o de áreas afines, sino que son de programas de Administración de Empresas. Por lo tanto, se sugiere desarrollar un documento en el que aparte de estar estipulada la línea editorial de UNIMINUTO Radio y el manual de estilo que ya existen, se adicione información particular del podcast como formato primordial para la creación del contenido sonoro en el proyecto UNIMINUTO Radio UVD. Así, cada integrante que está en el proyecto podrá profundizar y reforzar los conocimientos que tienen sobre el formato y, por otra parte, los estudiantes nuevos que quieran hacer parte de los programas se les entregue dicho documento para que, en

caso de entrar a formar parte de alguno de los programas, esté alineado con lo que se solicita y se necesita para poder desarrollar los contenidos.

Otra recomendación es la profundización académica en cuanto a la producción radiofónica y el formato podcast en el aula, pues varios de los programas de radio de UNIMINUTO Radio UVD han salido justamente de las aulas de clase, y en las entrevistas los estudiantes manifestaron la necesidad de profundizar este aspecto en la academia.

Finalmente se recomienda que el líder del proyecto Sala de Prensa tenga un perfil enfocado a la producción radiofónica para que pueda orientar y enmarcar los programas radiales de UNIMINUTO Radio UVD dentro del podcast como formato de producción sonora.

14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aruguete, N. (2015). El efecto entre las agendas política, mediática y pública: herramientas para su medición y análisis. Más poder local. El Consultor. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/295912100_EL_EFECTO_ENTRE_LAS_AGENDAS_POLITICA_MEDIATICA_Y_PUBLICA_HERRAMIENTAS_PARA_SU_MEDICION_Y_ANALISIS

Benavides, C., (2018). Comparación de las lógicas de producción de la radio universitaria análoga y digital en Bogotá. Repositorio Trabajo de grado para optar por el título de Magíster en Comunicación. Pontificia Universidad Javeriana.

Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2015): La brecha de las noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público. Buenos Aires: Manantial. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791931>

Breed, W. (1955): "Newspaper «Opinion leaders» and processes of standardization", Journalism & Mass Communication Quarterly, 32 (3), 277-328. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/107769905503200302>

Cerda, H., (1993). Los elementos de la investigación: cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos. – 2ª ed. – Bogotá. Editorial El Búho Ltda.

Recuperado de

https://www.academia.edu/32462228/Documents/tips_cerda_hugo_los_elementos_de_la_investigacion_pdf?auto=download

Contreras, R. Eguia, J. (2009). Contenidos de aprendizaje para estudiantes de diseño en podcast. Cuadernos de Documentación Multimedia. Vol. 20, (1), 139-148. Recuperado de

<https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/CDMU0909110139A/20783>

Drew, C. (2017). Edutaining audio: an exploration of education podcast design possibilities. Educational Media International, 2017 VOL. 54, N°. 1, 48–62. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/09523987.2017.1324360>

Flick, U., (2004). Introducción a la Investigación Cualitativa, Ediciones Morata S. L., Madrid.

Galán, R., Herrero, F., Vergara, M., Martínez, C. (2018) “Estudios sobre el podcast radiofónico: revisión sistemática bibliográfica en WOS y Scopus que denota una escasa producción científica”. Revista Latina de comunicación Social, 73, pp. 1398 a 1411. Recuperado de

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1313/72es.html>

Galarza, T. (2003). Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa. El caso INFEYAL. Recuperado de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/4114/tgc1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Giraldo, J., (2017). El gran dilema: ¿Cuánto tiempo debe durar un episodio en los Podcast? medium.com. Recuperado de <https://medium.com/@GiraldoJC/el-gran-dilema-cu%C3%A1nto-tiempo-debe-durar-un-episodio-en-los-podcasts-a5b6afc7fd55>

González, J. (2019). El auge del pódcast como nueva narrativa periodística. Cuadernos de Periodistas. Recuperado de <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/el-auge-del-podcast-como-nueva-narrativa-periodistica/>

Guber, R., (2011). La etnografía: método, campo y reflexibilidad. – 1ª ed. – Buenos Aires. Siglo Veintiuno Editores. Recuperado de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/etnografi-a-Me-todo-campo-reflexividad.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill Education. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hilmes, M. (2013). On a Screen Near You: The New Soundwork Industry.

Cinema Journal, 52(3), 177–182. Recuperado de <https://doi-org.ezproxy.uniminuto.edu/10.1353/cj.2013.0021>

Lewin, K., (1946). La investigación-acción y los problemas de las minorías.

Editorial Popular. España. Recuperado de

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44596079/Lewin_La_investigacion-accion_y_los_problemas_de_las_minorias.pdf

Linares, V., Investigar en comunicación. Universidad Complutense de

Madrid. Recuperado de [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-75042/Sesio%CC%81n%2001-Metodologi%CC%81a.pdf)

[75042/Sesio%CC%81n%2001-Metodologi%CC%81a.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-75042/Sesio%CC%81n%2001-Metodologi%CC%81a.pdf)

Magan, M. (2010). ¿Qué es un podcast?. Monmagan.com. Recuperado de

<https://www.monmagan.com/creadores/que-es-un-podcast/#entrevista-a-jose-antonio-gelado>

Min TIC. Sector de radiodifusión sonora en Colombia. Recuperado de

<https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sistemas-MINTIC/Sector-de-Radiodifusion-Sonora/Radiodifusion-Sonora/9307:Marco-legal>

Moreno, E. & Nuñez, A., (2012). Diseños cualitativos de la investigación:

Investigación – Acción. Universidad Yacambú. Barquisimeto. Recuperado

de <https://es.slideshare.net/mfn-122-00102v/investigacin-accin-14818688>

McCombs, M. (2004). Estableciendo la Agenda, El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Paidós Comunicación.

Recuperado de <http://www.teaydeportea.edu.ar/wp-content/uploads/2016/03/Estableciendo-la-agenda-McCombs.pdf>

McCombs, M. (2010): "Expanding our theoretical maps: Psychology and agenda-setting", Central European Journal of Communication, 2, 197-206.

Recuperado de <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-20148f09-7611-4a70-9f49-3909c0525ea5>

McCombs, M. & Shaw, D. (1972): "The agenda setting function of mass media", Public Opinion Quarterly, 36, 176-187. Recuperada de

https://www.researchgate.net/publication/317122086_The_Agenda-Setting_function_of_mass_media

Ortiz M, Barba, D. R., & Cheval, J. J. (2014). La radio universitaria en el siglo XXI: perspectiva hispano-francesa. Recuperado de

<http://www.uco.es/servicios/ucopress/ojs/index.php/edmetic/article/view/2881/2790>

Perona, J., (2012). Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/309193063_Las_emisoras_universitarias_en_el_contexto_digital_programacion_nuevos_medios_y_habitos_de_escucha

Piñeiro-Otero, T., & Ramos, F. (2011). Potencialidades educativas de las webradios universitarias: Una aproximación desde la perspectiva de docentes y discentes. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4126901>

Rodero, E. (2005). Producción Radiofónica. PRIMERA PARTE Concepción de la Producción Radiofónica. Recuperado de <http://documents.emmarodero.com/008-concepciondelaproduccion.pdf>

Rojas, J. (2018) El potencial del podcast como formato para un periodismo deportivo hiperespecializado o de nicho. Periodismo deportivo de calidad. Recuperado de <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com/2018/11/el-potencial-del-podcast-como-formato.html>

Rubio, R. (2014): "Twitter y la teoría de la agenda setting: mensajes de la opinión pública digital", Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 20, 249-264. recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/38814938.pdf>

Sellas T, Solà S. (2019) Podium Podcast and the freedom of podcasting: Beyond the limits of radio programming and production constraints. Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media. 17(1):63-81.

Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/332882845_Podium_Podcast_and_the_freedom_of_podcasting_Beyond_the_limits_of_radio_programming_and_production_constraints

Serrano, E., Pintado-grande, R (2012). Google Search+ Your World ¿Búsqueda Social o Asocial? Recuperado de

<https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/41128/39340>

Shaw, D. (1977): "The press agenda in a community setting" en D. Shaw y M. E. McCombs (eds.): The Emergence of American Political Issues: The agenda setting function of the press. St. Paul, MN, West, pp. 19-31.

Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/209410047_The_Agenda-Setting_Function_of_Mass_Media

Solano, I. & Sánchez, M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, (36),125-

139.recuperado de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=368/36815128010>

Vázquez, M. (2015). La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos. *Comunicación y Medios*, (31), Pág-151. Recuperado de <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/36162/39488>

Zumeta, G. (2017). Metapodcast sobre el 'Universo Podcast'. Recuperado de <http://www.gorkazumeta.com/2017/04/metapodcast-sobre-el-universo-podcast.html>