

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN  
CARACOL RADIO: UN ANÁLISIS DE LA CREACIÓN DE CONTENIDOS  
PERIODÍSTICOS PROPIOS PARA LA PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES**



**PRESENTADO POR:  
PAULA CAMILA CLAVIJO OTALVARO  
ID: 420428**

**TRABAJO DE GRADO COMO REQUISITO PARA OBTENER AL TÍTULO DE:  
COMUNICADORA SOCIAL Y PERIODISTA**

**ASESORADO POR:  
GERLY LISSETTE CO  
RZO RAMÍREZ**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA: COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO  
BOGOTÁ D.C.**

**2019**

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>7</b>
2.1	LA RADIO EN LA CULTURA DIGITAL .....	7
<b>3</b>	<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>11</b>
3.1	PREGUNTA PROBLEMA .....	14
3.2	HIPÓTESIS .....	14
<b>4</b>	<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>16</b>
4.1	OBJETIVO GENERAL .....	16
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
<b>5</b>	<b>ESTADO DEL ARTE</b> .....	<b>17</b>
<b>6</b>	<b>METODOLOGÍA</b> .....	<b>23</b>
<b>7</b>	<b>SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA</b> .....	<b>27</b>
7.1	CONTEXTO HISTÓRICO DE CARACOL RADIO .....	27
7.2	CONTEXTO ÁREA DIGITAL CARACOL RADIO.....	28
7.3	LÍNEA DE TIEMPO DE ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRÁCTICA.....	30
<b>8</b>	<b>EMISORAS NACIONALES E INTERNACIONALES EN EL ECOSISTEMA DIGITAL</b> .....	<b>33</b>
<b>9</b>	<b>HALLAZGOS DE LAS ENTREVISTAS</b> .....	<b>40</b>
<b>10</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>45</b>
<b>11</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>47</b>
<b>12</b>	<b>ANEXOS</b> .....	<b>49</b>
12.1	ANEXO 1 ENTREVISTAS A PERIODISTAS DE REGIONES.....	49
12.1.1	Brian Saavedra Torres – Periodista de Barranquilla .....	49
12.1.2	Erix Montoya Bustos – Director de noticas de Cartagena.....	50
12.1.3	Christian Camilo Zuluaga - Periodista de Manizales .....	51
12.1.4	Juan Carlos Ordoñez- Director de noticias Bucaramanga.....	53

## **LISTADO DE TABLA**

Tabla 5-1	CUESTIONARIO A PERIODISTAS DE REGIONES .....	26
Tabla7-2	MONITOREO DE CONTENIDO DE EMISORAS NACIONALES E INTERNACIONALES .....	33

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero quiero agradecer a Dios y a mi familia que me han apoyado desde el inicio de este proceso, quienes me incentivaron y corrigieron en los momentos que eran necesarios. También, le quiero agradecer a mi tutora de sistematización de práctica, la profesora Gerly Corzo, quien me guio en todo el proceso y siempre estuvo presente en la construcción del proyecto.

También, quiero agradecer a Caracol Radio por permitirme estar en sus instalaciones realizando mi práctica profesional, un proceso que me dejó muchas enseñanzas para mi vida personal como profesional.

Finalmente, a todas las personas que de alguna manera estuvieron presentes en el proceso, compañeros de trabajo y amigos.

## INTRODUCCIÓN

A través de los años la tecnología y la sociedad han cambiado desde el punto de vista del consumo de información, ya que el uso de los nuevos aparatos electrónicos han permitido que las noticias estén al alcance de todos, esto es lo que llamamos como cultura digital, “nos referimos a un contexto cultural en el que adquiere una importancia creciente el uso de las nuevas tecnologías de relación”, (Adriana Gil, 2003, p: 10).

Así, por la llegada de nuevas tecnologías, otras maneras de informar y otros lenguajes tradicionales quedaron en el olvido, ya que se ha fortalecido la producción, la interacción y la interpretación de las noticias gracias a la nueva era digital.

Es por esto, que por medio de esta sistematización de experiencia se busca determinar las razones por las que Caracol Radio tiene una oferta limitada en la creación de contenidos para la página web y redes sociales.

Esta sistematización se realizó gracias a la práctica profesional que se llevó a cabo en Caracol Radio, en el área digital desde el 14 de julio de 2018 hasta el 16 de enero del 2019, allí se realizaron diferentes actividades con el fin de desarrollar esta investigación.

La idea de analizar y profundizar en el tema de la creación de contenidos y la radio digital surgió como una inquietud sobre el papel que juegan los contenidos digitales en las empresas y organizaciones periodísticas, en este caso sobre el funcionamiento real del área digital y los contenidos propios de Caracol Radio.

Es de gran importancia destacar que la creación de contenidos propios es una parte fundamental para el desarrollo óptimo del área digital de una empresa u organización, ya que los productos audiovisuales están en un cambio constante y buscan diseñar un modelo diferente para transmitir información, que sea fácil, rápido y eficaz de consumir.

Principalmente, uno de los problemas identificados dentro del área digital de Caracol Radio es que tienen una oferta limitada de contenidos propios, quiere decir que no realizan con frecuencia videos o material audiovisual para la página web y las redes sociales.

Por lo tanto, en esta sistematización encontrarán información concreta sobre el proceso de práctica realizada dentro de la empresa, análisis del proceso, observación crítica de la problemática y una profunda información sobre los procesos internos que maneja la empresa dentro del área digital de Caracol Radio.

Inicialmente, encontrará un apartado sobre la radio en la cultura digital, en donde se da a conocer la transición que ha tenido la radio con la llegada de la tecnología y su adaptación en la era digital, en segunda instancia, podrán encontrar la pregunta problema y las hipótesis que se plantearon para determinar la verdadera dificultad sobre la creación de contenidos propios en Caracol Radio, luego encontrará los objetivos, el general y los específicos, los cuales permiten conocer cuál fue el objeto de estudio y de qué manera se van a desarrollar analizar las problemáticas mencionadas anteriormente, más adelante el estado del arte, donde conocerán los documentos, libros y textos que aportaron teóricamente a la sistematización, seguidamente la metodología, donde se señalan los elementos utilizados para la realización de entrevistas, la recolección de información, observación de la problemática y los testimonios de los periodistas de Caracol Radio.

Por otro lado, encontrarán el capítulo denominado sistematización de la práctica, allí conocerá el contexto histórico de Caracol Radio, el contexto de la creación del área digital y una línea del tiempo de las actividades más significativas realizadas durante el periodo de la práctica profesional.

También, encontrarán las emisoras nacionales e internaciones en el ecosistema digital, donde podrán conocer todo lo relacionado con el manejo de la información dentro de sus portales web, el manejo de redes sociales y otros aspectos de la nueva era digital de diferentes medios de comunicación; luego, podrán leer cuáles fueron los hallazgos de las entrevistas realizadas a los periodistas de las regiones de Caracol Radio. Finalmente, encontrará las conclusiones que dejó la realización de la sistematización de la práctica y la bibliografía que se usó para llevar a cabo este trabajo.

En conclusión, la sistematización de la práctica dará a conocer de qué manera estas nuevas tecnologías pueden aportar de manera positiva a una empresa, y una manera de hacerlo es creando contenidos propios y haciendo buen uso de las herramientas tecnológicas que facilitan y promueven el consumo de información en la red.

# 1 JUSTIFICACIÓN

## 1.1 LA RADIO EN LA CULTURA DIGITAL

La radio a través de los años ha pasado por una serie de cambios gracias a las nuevas tecnologías, entre ellas, la llegada de la televisión, el internet, entre otros, que han puesto en aprietos el surgimiento de la radio, la cual ha tenido que reinventarse a pesar de los duros cambios tecnológicos por los que ha atravesado.

“La radio, como todos los medios ha sufrido y sufre asedios que presuponen una puesta en riesgo de su existencia”, (*Scolari, 2009, p: 47*). En tal sentido, a pesar de los tropiezos y caídas de la radio, siempre se recuerda como uno de los medios más importantes de épocas antiguas, característico por ser novedoso, dar a conocer la realidad y ser eficaz a la hora de ofrecer información.

“Se trata de un medio al que se le otorga una importancia restringida, con mayor peso en la vida y en el recuerdo individual que en la gran escena social”, (*Scolari, 2009, p: 48*). A pesar de sus grandes transformaciones muchos siguen prefiriendo la radio por encima de cualquier otro medio como el internet o la televisión, así ofrezca información rápida y a la mano.

Así, esta transformación ha permitido que los medios de comunicación que se han visto afectados por el fenómeno tecnológico replanteen su desempeño y diseñen modelos sobre cómo consumir información de manera diferente, de la mano del internet y de esta manera no quede en el olvido la radio.

Sin embargo, muchas personas siguen prefiriendo la radio por encima del internet, la web está acogiendo nuevos públicos y nuevas audiencias que sí prefieren la información más rápida y al alcance de la mano, lo que ahora la radio quiere incorporar en sus nuevos modelos de información.

La Web 2.0 es la nueva red que ha permitido que todos aquellos que consumen y participen a través de diferentes plataformas virtuales puedan generar transformaciones sociales a través de la esfera virtual y de sus interacciones a través de las diferentes narrativas informativas, así mismo, Caracol Radio, desde su creación digital ha trabajado para diseñar contenido que de alguna manera le aporte a la sociedad y a su público.

Así, el internet y el manejo de herramientas multimediales permiten una transferencia de información diferente y efectiva, lo que ha incentivado a los medios de comunicación a crear contenidos que les permita seguir vigentes en un mundo donde el internet y la tecnología son los protagonistas de la información.

Con respecto a la radio, este cambio sin duda alguna ha afectado de manera considerable la manera de consumir radio, la llegada del internet ha logrado abarcar diferentes puntos de la noticia con una gran fuerza expansiva, tanto así que con el tiempo el internet y la radio se han convertido en un equipo, que trabajan juntos frente a la creación de contenidos que sirvan para ambos contextos y públicos.

En medio de este cambio, han creado un conjunto de conexiones que les permite compartir elementos relacionados y que las emisoras establecen con el internet, entre ellos se puede evidenciar que ahora las personas pueden escuchar radio a través de dispositivos móviles, pueden descargar y escuchar audios en cualquier momento, es decir, existen nuevos canales de información los cuales permite que muchas más personas accedan a la información.

También, la página web juega un papel importante, ahora pueden encontrar noticias actuales, gráficas, información programada, audios de diferentes programas en vivo y grabados, lo que facilita el consumo de la información y ofrece más alternativas a la hora de reproducir el contenido que ya pasó.

En definitiva, el internet ha incorporado nuevos elementos a la radio, la cual sobrevivió a grandes cambios, permitiendo evidenciar su adaptación a las nuevas tecnologías, permitiendo que las noticias e información se convirtiera en algo fácil y rápido de consumir y aunque la sociedad atraviesa por un gran cambio, la manera de consumir información no cambiará a menos que ellos mismos lo hagan, de esta manera, la radio debe adaptarse a las transformaciones y la nueva era digital si quiere seguir vigente.

Por lo anterior, podemos afirmar que una de los grandes avances culturales y tecnológicos ha logrado consolidar a una sociedad que frecuenta diferentes modelos informativos, lo que ha permitido que grandes medios de comunicación como Caracol Radio se esfuercen en crear contenidos propios y así generar mayor interacción.

Por este motivo, es importante dar a conocer a través de esta investigación una mirada diferente respecto a la labor de Caracol Radio y su objetivo a la hora de comunicar, ya que es un reto para una cadena radial con tanta trayectoria crear una imagen diferente en busca de nuevas audiencias.

Aunque la oralidad es uno de los puntos prescindibles en la radio, la escritura y la creación de contenidos audiovisuales, videos o gráficos, también lo son ahora, ya que no es suficiente una narrativa oral perfectamente transmitida sino que la interacción y acercamiento a las personas es aún más importante por medio de diferentes plataformas y alternativas.

No se pretende dejar a un lado la radio tradicional, se busca que sea tomada en cuenta a través de diferentes perspectivas, y es por esto que la radio por internet se ha convertido en un hecho que sin duda, revoluciona la manera de consumir radio en Colombia y el mundo.

Una de las mayores transformaciones de la radio ha sido llegar a la esfera virtual y es por esto que los medios de comunicación como Caracol Radio le apuestan a hacer que la radio y la información lleguen a todas las personas, aprovechando la accesibilidad y el poder que tiene la web. Sin embargo, Caracol no cumple con todos estos parámetros, ya que con el tiempo ha trabajado en el fortalecimiento del área digital, específicamente en la creación de contenidos propios que les permita atraer nuevo público.

De la misma manera, las redes sociales juegan un papel esencial en esta transformación, ya que permiten mayor participación e interacción con los consumidores y esto se logra con la creación de contenidos multimedia, lo que facilita que la información pueda llegar a muchas personas a través de múltiples plataformas, redes sociales o canales de información, lo que hace que se cree mayor interacción con los usuarios y fortalezca aún más, el papel que juegan los medios a través de las nuevas alternativas comunicativas.

Lo que se busca con la creación de nuevos contenidos es que los oyentes y seguidores interactúen, comenten y obtengan información diferente, más dinámica y por supuesto, verdadera.

En referencia a lo anterior, se busca que medios de comunicación tan grandes y con tanta relevancia como Caracol Radio, fortalezca aún más los procesos digitales, que permitirá construir un evento comunicativo. (Villena, 2010, p: 2) Afirma que esto se basa en crear “interacción entre

un grupo de personas haciendo uso del lenguaje, ya sea escrito o hablado”. Así, este ejercicio invita a la interacción y participación, actividades que los usuarios valoran, de esta manera esto ayudará a la consolidación de una radio digital completa y efectiva.

En definitiva, la comunicación se ha convertido en uno de los pilares sociales, permitiendo que los medios de comunicación entiendan que la manera de comunicar ha cambiado, que la manera en la que se transmite ya no es la misma y muchos medios entre ellos Caracol Radio, pueda entender que se puede comunicar de una manera creativa, llamativa y muy responsable.

Sin duda, los cambios tecnológicos han fortalecido las formas de integración social, ya que gracias a las transformaciones comunicativas han permitido que los usuarios sean quienes determinen el surgimiento y fortalecimiento de la radio digital, esto se puede lograr gracias a la creación de las nuevas alternativas digitales, por ejemplo, las redes sociales reúnen a las personas alrededor de un hecho comunicativo o informativo que permite que los usuarios interactúen e intercambien saberes a través de la participación.

## 2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta sistematización de la práctica se enfocó en determinar la principal razón del por qué Caracol Radio tiene una oferta limitada en la creación de contenidos propios para la página web y las redes sociales, teniendo en cuenta que es una de las primeras cadenas radiales y con mayor trayectoria en Colombia.

También, se busca resolver esta problemática a través de una sistematización de la práctica profesional, la cual se llevó a cabo en Caracol Radio durante seis meses a partir de julio de 2018 hasta enero de 2019, lo que permitió realizar un análisis a raíz de una problemática que se observó y vivió en el periodo de la práctica.

“La sistematización de experiencias surgió como producto del esfuerzo por construir marcos propios de interpretación teórica desde las condiciones particulares de nuestra realidad” (*Jara, 2018, p: 30*). También, que estos “esfuerzos de investigación se centran en recopilar, clasificar, catalogar y organizar repertorios de experiencias, tarea que recibe el nombre de sistematización” (*Jara, 2018, p: 39*).

Caracol Radio es una de las cadenas radiales más grandes de Colombia, es por este motivo que podrían trabajar más en crear productos innovadores que les permita crecer más y ofrecer a los oyentes y seguidores mayor contenido original y de calidad, ya que la sociedad ha cambiado y de esta manera deberían también hacerlo los medios y sus contenidos, realizando productos que a las personas les interese y así crear material que logre capturar la atención de todos sin dejar a un lado la radio.

Este proyecto le permitirá conocer el reto que tiene Caracol Radio a la hora de innovar con nuevos contenidos, ya que a través de los años y con el avance tecnológico es necesario ofrecer a los usuarios un producto único, diferente e interesante.

Ahora bien, con la consolidación de una sociedad tecnológicamente activa, se busca a través de diferentes contenidos multimedia construir nuevas narrativas informativas con relación a temas políticos, económicos y culturales, ya que a través de ellas se podrá dar a conocer diferentes

perspectivas de un hecho, así mismo, eliminar los juicios de valor u opiniones respecto a diferentes fenómenos y problemáticas.

Gracias a las nuevas tecnologías se ha logrado configurar una sociedad más participativa e interactiva, todo esto gracias al internet y a la creación de contenidos que buscan que los usuarios hagan parte de un espacio en el que ellos pueden interactuar a través de la red.

Así mismo, podemos afirmar que con el paso del tiempo la tecnología se ha transformado de manera exponencial, tanto así, que abarca gran parte del mundo virtual construyendo bases tecnológicas con las que se logra desarrollar nuevos entornos virtuales con sus propias características.

“El término web 2.0 hace referencia a la evolución que ha experimentado el servicio web. En constante progresión, ha pasado de unas primeras páginas estáticas en HTML (Web 1.0), a un segundo nivel más elaborado (Web 1.5), caracterizado por la creación “al vuelo” de documentos dinámicos. Pero los cambios que se intuyen ahora son más profundos y complejos. Este nuevo estadio de la Web es el que se conoce como Web 2.0.” (Ribes, 2007, p: 1).

Afirma (Ribes, 2007, p: 2) que “dicho de otra forma, una aplicación *on line* podrá considerarse como Web 2.0 cuando permita procesos de interactividad de contenidos contributiva, cuando el usuario pueda añadir y compartir información con otros usuarios”.

También, la creación de contenidos propios para la web y redes sociales de los medios de comunicación tradicionales se ha convertido en un reto para muchos en Colombia, los cuales trabajan por construir de manera diferente un modelo informativo, ameno y atractivo para los usuarios digitales.

Así mismo, se busca determinar cuáles son las causas que hacen que no se realicen productos diferentes dentro Caracol Radio, con esto se busca analizar las problemáticas mencionadas más adelante por los periodistas y efectuar de manera efectiva que estas conductas no se repitan y se logre encontrar alternativas para la creación de contenidos propios.

Por lo anterior, se busca determinar las razones del por qué Caracol Radio no ha logrado consolidarse como un medio de comunicación fuerte en el medio digital con la creación de contenidos propios que posiblemente los ayude a cambiar esa imagen antigua que muchos tienen acerca de la cadena radial.

“La sistematización de experiencias es un ejercicio intencionado que busca penetrar en la trama próxima compleja de la experiencia y recrear sus saberes con un ejercicio interpretativo de teorización y de apropiación consciente de lo vivido”. (*Jara, 2018, p: 58*)

Caracol Radio es una de las cadenas radiales más grandes e importantes del país, es por esto que uno de sus retos sería estar aún más unidos con el mundo virtual y poder estar más cerca de sus oyentes, pero la cadena radial está en busca de un modelo comunicativo que le permita cambiar ese concepto antiguo que muchos de sus usuarios tienen respecto a Caracol Radio.

Cabe resaltar, que a medida que pasa el tiempo la tecnología, el internet y las redes sociales se han convertido en los canales de información más rápidos e inmediatos, es por esto que varios medios de comunicación colombianos han encontrado una manera diferente de mantener informada a su audiencia.

También, es claro que otros medios de comunicación han sabido aprovechar muy bien sus habilidades para la creación de contenidos multimedia, por supuesto, Caracol Radio no debería quedarse atrás y aprovechar el gran número de seguidores que tiene para realizar un trabajo periodístico divertido, diferente, único y con la mejor información.

Así, a partir de la práctica profesional en Caracol Radio, surgió la problemática anteriormente planteada, en la que a través del tiempo en la compañía se logró identificar varios factores que probablemente podrían ser los causantes de que no se realicen contenidos propios para la página web y para redes sociales.

La creación de estos contenidos le permitirá a la empresa ponerse al día con la exigencia generacional e incursionar con contenidos digitales, donde la calidad, el manejo de la información y el enfoque de estos podrían ayudar a refrescar la marca, convocar más público joven y ofrecer a los usuarios mayor interacción con los periodistas.

Igualmente, los esfuerzos para que la realización de estos productos se lleven a cabo está directamente relacionado con el equipo del área digital de Caracol Radio, quienes se encargan de proponer, desarrollar y llevar a cabo este tipo de proyectos, que hasta el momento han sido pocos.

También, otro de los retos que se pudo identificar dentro de la práctica profesional respecto al surgimiento del área, es tratar de cambiar el concepto que muchos tienen acerca de Caracol Radio y es que creen que por ser una marca antigua así mismo son sus productos, y estos son algunos de los puntos que se quieren cambiar con la creación de nuevos contenidos, que hasta el momento han sido escasos.

Hasta ahora, otros medios de comunicación han logrado consolidarse como grandes creadores de contenidos propios que permiten que sus usuarios interactúen, se informen, comenten y se identifiquen con esos productos, generando de esta manera mayor acogida, más credibilidad y mayor interactividad con todos aquellos que siguen al medio en su página web y redes sociales.

## **2.1 PREGUNTA PROBLEMA**

¿Por qué Caracol Radio tiene una oferta limitada en la creación de contenidos propios para la página web y las redes sociales?

## **2.2 HIPÓTESIS**

- Caracol Radio es una cadena radial muy antigua y la mayoría de sus oyentes son personas mayores, por lo tanto, no los hace unos consumidores activos de internet y redes sociales.
- Caracol no crea con frecuencia contenido multimedia para la web ya que se enfocan más en la realización de notas de entretenimiento y tendencias y el impacto que estas pueden generar en los usuarios.

Es de gran importancia conocer por qué una de las cadenas radiales más grandes del país, hasta ahora, no ha logrado crear contenidos propios que logren la acogida suficiente entre sus usuarios y de esta manera lograr un mayor reconocimiento, no solo por sus entrevistas y personajes reconocidos, sino por su capacidad de realizar productos que fortalezca un vínculo con todos aquellos que los siguen, porque sin duda, un medio de comunicación que permita participar,

interactuar y generar opinión frente a la realidad del país a través de estos contenidos permiten mayor consolidación del mismo.

En conclusión, esta sistematización de la práctica busca identificar cuáles son los motivos por los que Caracol Radio tiene una oferta limitada de contenidos propios en formato audiovisual, creada específicamente para la página web y redes sociales, ya que esta es una de las grandes herramientas de comunicación, que permitirá que la cadena radial se catalogue como un medio de comunicación moderno, eficiente, diferente y lo más importante, inclusivo con los usuarios, los cuales son los que fortalecen la labor de un medio de comunicación digital.

### **3 OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Identificar las razones por las que Caracol Radio tiene una oferta limitada de contenidos digitales, específicamente en la página web y las redes sociales.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Registrar y analizar las actividades que se desarrollaron en la práctica profesional en el área digital de Caracol Radio de julio del 2018 a enero del 2019.
2. Conocer y analizar las propuestas digitales de medios de comunicación radiales en Colombia y en otras partes del mundo.
3. Comprender y analizar las opiniones de seis periodistas regionales de Caracol Radio sobre la producción de contenidos periodísticos que se han realizado para la página web y redes sociales.

#### 4 ESTADO DEL ARTE

La radio a través de los años ha logrado alcanzar un nivel de importancia considerable en la sociedad, consiguiendo desarrollar herramientas que permitieron que la información llegara a todos los rincones del mundo.

A pesar de las transformaciones que ha sufrido la radio ha logrado posicionarse como uno de los medios importantes de nuestra cultura, tal vez y, a pesar de los tropiezos tecnológicos pueda que la radio no muera y se mantenga como lo ha hecho hasta ahora.

Por eso, es de gran importancia resaltar la labor que ha realizado la radio como herramienta de cambio social y la transformación sobre el consumo de información, ya que ha logrado encajar y adaptarse a diversas situaciones que han puesto en aprieto los medios de comunicación en el mundo.

Es por esto, que a través de diversas investigaciones y artículos se logró identificar la importancia de la radio en Colombia, su trascendencia social, los cambios que ha tenido que enfrentar y el reto que ha tenido que asumir frente a la transformación digital.

De esta manera, se darán a conocer tres investigaciones que demuestran de qué manera podrían aportar positivamente al desarrollo de esta sistematización de la práctica, que busca hallar una respuesta frente a los nuevos retos de una radio tradicional a la hora de innovar con las nuevas alternativas digitales.

A continuación, encontrarán los documentos que se usaron para llevar a cabo el desarrollo de esta sistematización de la práctica y los aportes que los mismos proporcionaron para la construcción de esta.

**La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo on line de música y entretenimiento** (*Nereida López Vidales, 2014*).

El aporte que realiza esta investigación muestra el fenómeno tecnológico que han tenido que afrontar los jóvenes españoles y cómo este cambio ha afectado directamente el consumo de los medios de comunicación.

La radio es uno de los medios que más ha sufrido este cambio, ya que ha tenido que adaptarse a la cultura digital que llegó a cambiar el consumo de la información en el mundo.

Este es un trabajo que busca que los medios interactúen con las personas y estén inmersos en la sociedad, un estudio que definitivamente aporta a través de entrevistas y profunda investigación una mirada diferente del consumo de los medios, específicamente de la radio en los jóvenes de hoy en día.

A través de esta investigación se logró identificar los hábitos de consumo respecto al medio radiofónico de entretenimiento, en donde los jóvenes aseguraron que no se ha generado una renovación adecuada hacia lo que ellos quieren consumir.

Así mismo, se muestra una crítica profunda por los programas radiales informativos, los cuales son tildados de excesivamente serios.

Cabe resaltar, que Caracol Radio es una cadena radial catalogada como seria y hecha para personas mayores, algo que definitivamente se sale de los requisitos digitales actualmente impuestos en la sociedad.

Por esto, es de gran importancia renovar la marca con la creación de contenidos, qué mejor, que con el aporte de los jóvenes, quienes manejan la esfera virtual a diario y nadie más que ellos podrían aportar a la creación de productos que verdaderamente beneficien a la sociedad y por supuesto, al medio de comunicación.

Por otro lado, encontramos otra investigación llamada, **La radio colombiana frente al reto digital** (*Rubio, 2015*). Esta nos ofrece una mirada diferente de los retos que han tenido que asumir los

medios de comunicación tradicionales frente a las nuevas tecnologías y al acondicionamiento digital.

A través de este apartado el autor quiso dar a conocer una de las transformaciones más evidentes en los medios de comunicación y fue la llegada de la tecnología.

En este sentido, la radio tuvo un gran impacto cuando las nuevas plataformas y nuevas maneras de consumo de la información llegarán a los medios de comunicación, además, resaltan su gran labor investigativa con el seguimiento a varios medios y sus plataformas digitales, lo cual representa el reto de los medios colombianos frente al mundo digital.

Sin duda, la tecnología ha sido una de las herramientas que ha revolucionado el mundo de las comunicaciones y Colombia no se ha quedado atrás, ya que los medios se han tenido que enfrentar a varias exigencias digitales para lograr una renovación y actualización en la manera de informar.

Es de gran importancia el seguimiento que ha realizado esta investigación en cuanto al acompañamiento de medios de comunicación respecto al reto digital, lo cual me permite identificar cuáles son esas estrategias que mejor le funcionan a los medios y de esta manera conocer en qué está fallando Caracol Radio.

Cabe señalar, que Caracol es una de las radios más antiguas y tradicionales del país, lo que lo lleva a ser uno de los medios con un mayor desafío frente a la era digital, es por esto, que podremos identificar cuáles han sido los procesos que ha desempeñado la cadena para lograr ser un líder digital.

Este es un trabajo que aporta al descubrimiento de las nuevas tecnologías y herramientas usadas en los medios, también, el aporte que han realizado los periodistas que buscan evolucionar y buscar alternativas de innovación.

Así, esta es una investigación que definitivamente podría fortalecer y analizar con mayor profundidad el fenómeno mediático colombiano frente al reto digital, lo que pretende buscar el eje

central de este cambio, que sin duda, podrían ayudar a encontrar respuesta a todas aquellas modificaciones por las que han tenido que atravesar los medios de comunicación colombianos y del mundo.

Otra de las investigaciones que sin duda podría ser de gran aporte para esta investigación es la **Narrativa periodística en la convergencia de medios**, (Rubio, 2015), escrita por nuevamente por el autor anteriormente mencionado, que vuelve a ser de gran ayuda para el surgimiento de este proyecto.

Así mismo, el autor plantea el tema de los medios de comunicación en el ámbito digital, pero esta vez desde otra perspectiva, ahora, destaca el análisis de contenidos y cómo los medios han respondido al gran cambio tecnológico en una era donde toda la información es consumida por medio de una pantalla.

También, resalta la labor de los medios por crear un vínculo de interacción y participación con los usuarios, en el que la labor del comunicador y periodista es vista de una manera diferente gracias a estos cambios.

En el texto se pueden identificar varios puntos de partida importantes, entre ellos la labor de las redes sociales, el cambio que ha tenido la radio gracias a la globalización y el consumo diferente de la información y las transformaciones sociales efectuadas por las nuevas tecnologías.

Es de gran importancia resaltar cada uno de los temas anteriormente mencionados, ya que permite conocer desde diferentes puntos de vista el cambio que ha tenido que atravesar la radio tradicional en Colombia, además, la importancia de la creación de contenidos y el impacto que estos causan en la sociedad.

Además, es de gran importancia señalar que el autor busca identificar la relación que se crea entre los medios y sus usuarios, en este caso los oyentes de radio, quienes han afrontado el cambio de una radio análoga a toparse con el entorno virtual.

También, señala el poder de las redes sociales hoy en día en la sociedad, ya que se convirtieron en un punto de encuentro para que muchos expongan sus puntos de vista respecto a un acontecimiento, algo que sin duda es una gran herramienta para exponer productos multimedia que incentivan la participación entre los cibernautas y el medio.

Además, da a conocer uno de los puntos de quiebre que podrían fracturar la relación del medio de comunicación con los usuarios, ya que miles de personas ajenas a la labor periodística podrían crear un producto que logre ser tendencia en Internet, trabajo que deberían asumir con gran responsabilidad todos aquellos que hacen parte del medio y de esta manera poder ofrecer a los usuarios un contenido original, divertido e informativo, lo que finalmente buscan hacer muchos medios, entre ellos Caracol Radio.

Cabe señalar, que los medios han tenido que atravesar por grandes cambios en los que los retos digitales son esenciales para el surgimiento y progreso del mismo, además, esta investigación da a conocer las herramientas digitales y los procesos creativos a la hora de crear contenido, información que sin duda podrían generar nuevas dinámicas de comunicación.

Finalmente, estas investigaciones tienen en común el cambio tecnológico, el cual ha logrado tener un gran alcance y algunas dificultades para los medios de comunicación a la hora de crear contenidos propios.

A través de estos escritos se ha logrado identificar que las nuevas tecnologías, las redes sociales y el manejo de la radio digital se ha convertido en una necesidad informativa para todos aquellos que ahora, su medio de comunicación son las nuevas plataformas digitales.

También, es de gran importancia resaltar el reto que tienen los medios de comunicación tradicionales, en este caso, el reto que tiene Caracol Radio para lograr crear contenidos propios que favorezcan a la marca y de esa manera, aporte temas innovadores y de calidad a los usuarios.

Sin duda, los medios tradicionales han podido adaptarse a los cambios tecnológicos, en donde muchos de ellos han logrado dar en el blanco creando formatos nuevos y llamativos, retos que

diariamente enfrentan muchos periodistas que buscan que la información logre tener un concepto diferente y lo mejor, narrada de una manera distinta.

En conclusión, el aporte de estas investigaciones podrán ayudar a resolver una de las grandes problemáticas que enfrenta Caracol Radio, donde la creación de contenidos propios se ha convertido en una dificultad, además, se podrá observar de qué manera otras cadenas radiales han logrado tener éxito con sus contenidos digitales.

## 5 METODOLOGÍA

Por medio de la sistematización de la práctica se busca determinar las razones por las que Caracol Radio tiene una oferta limitada en contenidos digitales, específicamente en la página web y las redes sociales.

Con el aporte de entrevistas realizadas a seis periodistas de diferentes regiones del país se pudo identificar algunas de las problemáticas y razones por las cuales la compañía tiene una oferta mínima respecto a contenidos propios.

Igualmente, para la realización de este trabajo se utilizaron tres modelos metodológicos para llevar a cabo esta sistematización, entre ellos la observación participante, la etnografía y la entrevista estructurada a profundidad, métodos que fueron de gran ayuda para desarrollar de manera eficiente la investigación.

Según (Kawulich, 2005) la observación participante se definen la observación como la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado, también las observaciones facultan al observador a describir situaciones existentes usando los cinco sentidos, proporcionando una fotografía escrita de la situación en estudio.

Lo anterior, es uno de los métodos más comunes en una investigación; la observación participante busca recolectar datos de un tema en específico, además, esto se puede llevar a cabo si el recolector se convierte en un participante dentro de una cultura o un contexto.

Por lo tanto, este es un método que proporciona al investigador una serie de posibilidades de desarrollar de manera positiva la investigación, entre ellas permite que el investigador sumergirse en el ámbito que se estudia, identifique expresiones no verbales, facilite la comunicación entre los participantes y permitir de esta manera comprender el contexto y el fenómeno que se está estudiando.

En tal sentido, esta sistematización de la práctica se realizó en una de las cadenas radiales más grandes del país que es Caracol Radio, donde se logró recolectar información valiosa para la

construcción del proyecto, además, se obtuvo información de temas que realmente eran de difícil acceso y que solo se pudieron obtener con la observación participante.

Así mismo, la práctica profesional requería cumplir un horario de lunes a viernes de 8 de la mañana a 5 de la tarde, también, un fin de semana cada 15 días en el mismo horario, donde se realizaban diferentes actividades, redacción y publicación de notas, además, se debían cumplir con algunas metas estipuladas por la empresa.

“La etnografía es el arte y la ciencia de describir un grupo humano: sus instituciones, comportamientos interpersonales, además, recogen datos sobre la experiencia humana vivida para distinguir patrones predecibles más que para describir cada ejemplo concebible de interacción o producción” (*Bello, 2016, p: 2*).

Este método tiene que ver en gran parte con la observación participante, pero está específicamente se aprende el modo de vida de una unidad social concreta, en este caso Caracol Radio.

Este permite interpretar y vivir el día a día del lugar en estudio, en el que se logra identificar cada uno de los movimientos y costumbres que permitieron comprender a fondo la verdadera razón de ser de la entidad.

Al mismo tiempo, se logró comprender la realidad de un medio de comunicación e interpretar el contexto en el que se desarrollaron cada una de sus actividades, en este caso el manejo de la información, construcción de una noticia, el manejo adecuado de las redes sociales y por supuesto, la creación de contenido propio para la página web.

En esta oportunidad, se identificaron diferentes puntos de vista respecto al objeto de estudio, que es la falta de creación de contenidos propios, así mismo, se interpreta el por qué crear contenidos se ha convertido en un desafío para Caracol Radio y sus periodistas.

Así pues, esta herramienta metodológica permitió comprender de manera más personal la realidad de un medio de comunicación y de los retos que diariamente se proponen para crear y difundir información de manera responsable y adecuada para cualquier formato radial y audiovisual.

Así mismo, otra de la metodología usada fue la entrevista estructurada a profundidad, que según (*García Hernández, 2006, p: 8*), “se lleva a cabo como un trabajo de planificación de la misma

elaborando un guión que determine aquella información temática que quiere obtener, ahora bien, las preguntas que se realizan son abiertas. Se permite al entrevistado la realización de matices en sus respuestas que doten a las mismas de un valor añadido en torno a la información que den”.

Además, “la entrevista estructurada y a profundidad tiene como objetivo comprender más que explicar, maximizar el significado, alcanzar un respuesta subjetivamente sincera más que objetivamente verdadera y captar emociones pasando por alto la racionalidad” (*García Hernández, 2006, p: 9*). Este tipo de entrevista permitió conocer a fondo la problemática dentro de Caracol Radio, que sin duda permitió darle sentido al problema a investigar.

Por ello, a través de relatos virtuales con los periodistas de las diferentes regiones de Caracol Radio y de la sede principal se logró comprender la realidad de cada uno frente a los retos que manejan como periodistas a la hora de construir contenidos propios para la página web y redes sociales de la cadena radial.

A partir de una serie de preguntas se pudo lograr recolectar un gran número de datos que permitieron la construcción de esta investigación, ofreciendo información detallada de cómo es el manejo de contenidos y creación del mismo dentro de un medio de comunicación tan grande como Caracol, quien día a día está en busca de ser una de las cadenas radiales líderes, no sólo en información, sino en temas digitales. (Ver Tabla 5-1)

**Tabla 5-1 CUESTIONARIO A PERIODISTAS DE REGIONES**

<b>CUESTIONARIO</b>	<b>PERIODISTA</b>	<b>REGIÓN</b>
<p><b>Este cuestionario se aplicó a los periodistas de Caracol Radio de varias regiones de Colombia y se emplearon al total de los periodistas.</b></p> <p>1. ¿Desde su región qué tipo de contenidos se han desarrollado para la página web?</p> <p>2. ¿Tiene habilidades para crear contenidos informativos multimedia?</p> <p>3. ¿Cómo cree que los contenidos digitales pueden ayudar a informar mejor?</p> <p>4. ¿Por qué es importante crear contenidos digitales para la web?</p> <p>5. ¿De qué manera cree que estos contenidos los favorecerían?</p> <p>6. ¿Cuál cree que son las estrategias para fortalecer la página web de Caracol Radio?</p>	Brian Saavedra Torres	Barranquilla
	Erix Montoya Bustos	Cartagena
	Christian Camilo Zuluaga	Manizales
	Juan Carlos Ordoñez	Bucaramanga
	María Alejandra Rodríguez	Bucaramanga
	Sebastián Estrada	Manizales
	Adrián Rodríguez	Medellín

Fuente: Autor. 2019

Para concluir, la recolección de datos se logró conseguir en una fecha determinada, en la que se llevó a cabo las actividades anteriormente mencionadas. La recopilación de datos inició el 1° de agosto y finalizó el 1° de Diciembre del 2018, así se logró conseguir con éxito toda la información requerida para el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, se logró obtener información profunda y de primera mano para lograr construir de manera objetiva una investigación que sin duda responde al problema planteado inicialmente, el cual busca dar respuesta a una de las problemáticas que diariamente viven los medios de comunicación y es la construcción y creación de contenidos propios para web y redes sociales, lo cual podría ser de gran ayuda a que el medio gane mayor credibilidad y se convierta en un medio que le apuesta a ser un líder digital.

## 6 SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA

### 6.1 CONTEXTO HISTÓRICO DE CARACOL RADIO

Caracol Radio se ha visto envuelta en varios hechos históricos que sin duda alguna marcaron un punto importante para el surgimiento y crecimiento de la que es hoy una de las cadenas radiales más grandes e importantes del país.

Según (Ángel, 1998, p: 94) Hacia el año de 1940, Humberto Restrepo Arango, un joven empresario de Medellín que adelantó estudios en EE.UU., con el tiempo tomó unos cursos de radio en la RCA y al llegar a Colombia lleno de ideas, probó fortuna con varios proyectos y años más tarde, el joven se convirtió en uno de los accionistas de La Voz de Antioquia.

Ante la constante competencia que se vivía en Medellín con otras emisoras, el joven empresario decidió tomar cartas en el asunto, ahora, un nuevo socio haría parte de la cadena radial líder en sintonía, no solo en la ciudad, sino en gran parte del territorio, su amigo y empresario, William Gil Sánchez, odontólogo de profesión que se unió a una de las grandes cadenas radiales, el par de amigos dotaron la emisora con los mejores equipos, crearon nuevas instalaciones y oficinas que además del talento de sus locutores, les permitió convertirse en una emisora líder en sintonía.

(Ángel, 1998, p: 96) Tras varios tropiezos y dificultades que vivía La Voz de Antioquia Gil vio la oportunidad de vender en su totalidad a unos empresarios, que con el tiempo fueron ellos quienes a mediados de 1946 controlaron una de las principales emisoras de Colombia.

Años más tarde, tras vivir varias crisis, ventas y la llegada de nuevos socios la cadena radial siguió siendo una de las primeras en el país, con nuevos empresarios y políticos capitalinos como Alfonso López Pumarejo y su hijo Alfonso López Michelsen, futuro presidente de Colombia se incorporaron en lo que más adelante se convirtió en uno de los proyectos más ambiciosos en ese momento, al cual le otorgaron el nombre de Radiodifusión Interamericana, con la que buscaban abarcar gran parte del Continente.

En 1948 se constituyó la sociedad Emisoras Nuevo Mundo S.A, y el primero de septiembre del mismo año, salió al aire la emisora con tres frecuencias: 830 KC, en AM, 6.000 Kc en la banda de 49 metros y 9.520 Kc en la banda de 31 metros. El dos de septiembre de 1948, un día después de la inauguración se legalizó la participación accionaria del grupo de La Voz de Antioquia, que marcó el inicio de la asociación de emisoras con fines comunes. Esta debe considerarse la fecha oficial del nacimiento de Caracol (Ángel, 1998, p: 98)

Como ha pasado en los años anteriores, miles han sido las personas y empresarios que forjaron la creación de Caracol, con el tiempo logró convertirse en una de las emisoras más importantes del país, tanto así, que grupos empresariales extranjeros también quisieron hacer parte de la compañía, quienes ahora, en la actualidad son socios de la compañía, ellos son el Grupo Prisa, de España.

Este es un oligopolio empresarial español que cubre varios campos de las comunicaciones, convirtiéndose en uno de los conglomerados de comunicación más grandes de Hispanoamérica cubriendo varios medios de comunicación en el mundo.

Gracias al apoyo del grupo Prisa se logró consolidar aún más la marca, donde Caracol Radio lograron conseguir mayor participación y más audiencia a nivel nacional e internacional por su nivel periodístico.

Actualmente, la compañía ha crecido considerablemente, convirtiéndose en una de las radios más importantes del país, además, los cambios han sido logrados gracias a la participación de miles de periodistas de Bogotá como los de las regiones de Colombia, que con sus reportes diarios permiten que desde muy temprano la información esté en primera plana y contada de primera fuente.

Con el tiempo, la información y la tecnología se han convertido en una de las herramientas esenciales en la actualidad, la cual hace parte fundamental para que la sociedad pueda tener mayor facilidad y reciban información más fácil y eficaz.

## **6.2 CONTEXTO ÁREA DIGITAL CARACOL RADIO**

En el año 2000 Caracol Radio decidió crear el área digital, la cual se fundó con el fin de ofrecer nuevas alternativas a los oyentes de Caracol Radio, donde inicialmente comenzó con contenido

realizado por los productores de cada uno de los programas, cada uno de ellos subía su propio contenido, editaba y publicaba en la página web, ahora, 18 años después el área digital de Caracol Radio está formada por 12 personas fijas, las cuales se encargan de realizar las siguientes actividades, portada, tendencias, redes sociales y cubrimiento de eventos.

Las personas encargadas de realizar portada publican las notas que envían los periodistas de regiones y los periodistas de planta de Bogotá, clasifican de manera adecuada las notas más relevantes en la página web de Caracol Radio y publican notas relacionadas con el programa de 6AM Hoy por Hoy.

También, las personas encargadas de realizar tendencias, redactan notas de entretenimiento, cultura y tecnología, publican sus notas en la página web y en redes sociales. El encargado de manejar las redes de Caracol Radio debe trinar los programas que se transmiten en las mañanas, publicar noticias que le envía la persona de portada y programar las noticias más importantes, además, todos los periodistas pueden realizar trabajo de campo, específicamente cubrir eventos relacionados con sus áreas o temas de interés que vean pertinentes cubrir.

Ahora, en cuanto a las redes sociales su movimiento en la red es muy activa diariamente, donde todas las noticias de todo tipo son compartidas allí, a la fecha abril del 2019 Caracol Radio cuenta en Facebook con 830.336 seguidores, en Twitter con 3.476.737 millones de seguidores y en Instagram cuentan con 269.605 mil seguidores.

En el siglo XXI la creación de contenidos para web son esenciales para la sociedad, donde la necesidad de estar informado y conocer lo que pasa es de gran importancia, pero la creación de contenido es un desafío diario de cualquier empresa por la producción y la financiación de las mismas.

Además, quienes visiten [www.caracol.com.co](http://www.caracol.com.co) encontrarán diferentes contenidos como noticias relevantes del día, noticias internacionales, los podcast más destacados del día, una sección de deportes, un apartado de tendencias o notas de entretenimiento, especiales Caracol, que son todos aquellos productos audiovisuales o noticias creados por los periodistas de la compañía, además, una sección en la que encontrará noticias recomendadas por el editor, en donde podrá ver notas de

interés general y las voces más destacadas de Caracol Radio, donde se destacan las columnas de opinión, formatos audiovisuales o las voces de los expertos

De esta manera, Caracol Radio logró convertirse en una de las cadenas radiales más importantes en Colombia, donde la noticia, la primicia y la ética son esenciales para el surgimiento de un medio de comunicación, en este caso, con el apoyo de grandes periodistas y empresarios lograron configurar una de las cadenas más grandes del país.

### **6.3 LÍNEA DE TIEMPO DE ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRÁCTICA**

- **14 de julio de 2018**

Inicio de la práctica en Caracol Radio, las labores a realizar estaban específicamente centradas en escribir notas de entretenimiento, cultura y tecnología, además, escribir las notas del programa ‘Dos y Punto’, que se transmitía de 2 a 4 de la tarde, publicarlas y ordenarlas en la portadilla del programa.

- **3 de septiembre del 2018**

70 años de Caracol Radio. En medio de la celebración el trabajo en la emisora no paró, fue mayor que días anteriores, hubo personajes importantes en cabina y por este motivo se realizaron notas relacionadas con el cumpleaños de la cadena radial, con los mensajes más significativos e importantes para resaltar en la página web y redes sociales.

- **7 de septiembre de 2018**

Cubrimiento de un primer evento, en el que se debía documentar el lanzamiento del *Boho Foot Market*, una plaza de mercado innovadora, que ofrecía dos ambientes diferentes, restaurantes y muestra artesanal.

En este lanzamiento, se realizaron entrevistas, se tomó muestra fotográfica y de video y posterior al evento, se realizó una nota en la que se describe todo lo que este nuevo lugar ofrecía al público.

- **20 de septiembre de 2018**

Caracol atravesó por un cambio de diseño de la página web, por lo tanto estas modificaciones llevaron meses de pruebas de diseño y manejo de la misma, con el tiempo se determinó con el equipo de trabajo el diseño de la página, el manejo y la ubicación de las noticias.

En un inicio se presentaron diferentes dificultades, entre ellas la publicación de las notas era totalmente diferente, los cambios facilitaron y agilizaron el proceso de publicación y la página se veía más fresca y renovada.

- **25 de octubre de 2018**

En Caracol Radio, específicamente en el área digital se realizan muchas notas de entretenimiento diarias ya que son las que mayor tráfico o número de vistas le dan a la página, por esto me asignaron una noticia de entretenimiento que era polémica en otros medios de comunicación, por lo que se decidió hacer, esta nota alcanzó a ser la noticia más vista del mes, y fue titulada ‘El polémico saludo de Don Francisco a Miss España’, por ser la más vista y con un gran número de interacciones me premiaron con dinero, esto con el motivo de incentivar al equipo a seguir sumando visitas y cifras al contenido realizado para la página web.

- **12 de noviembre de 2018**

Fallecimiento del creador de Marvel Stan Lee, este día era un fin de semana y la noticia tomó por sorpresa a más de uno, y en este caso al equipo digital, por lo que debí escribir todas las notas que pudiera de la muerte de la leyenda de los cómics, además, debí trinar última hora y actuar de manera rápida y efectiva y lograr ser uno de los primeros medios en sacar la noticia.

- **14 de diciembre de 2018**

Escribí la primer nota sobre las plazas y monumentos que debían visitar las personas en Navidad, además, realicé un mapa interactivo en el que la personas podían ver los puntos mencionados y la descripción de los lugares característicos en la ciudad.

Por primera vez, mi jefe me permitió escribir una nota de un tema diferente y darle el manejo que quisiera, finalmente la nota tuvo gran acogida por las personas en ese momento.

- **16 de diciembre del 2018**

Realicé mi primera aparición en radio, realicé un informe para el noticiero de las siete de la noche en el que narré una de las noticias más movidas en redes sociales en ese momento, se trataba de la reaparición del cantante Juan Gabriel.

- **20 de diciembre del 2018**

En Navidad el equipo digital decidió realizar un especial para estas fechas, en donde resaltarán las tradiciones de la época, dar a conocer lugares autóctonos para visitar y mostrar las noticias más movidas en internet en ese año que estaba próximo a acabar.

Para este especial se realizaron cuatro productos, el primero fue un video en la Plaza de Paloquemao en el que mostramos cómo realizar una cena navideña con 50 mil pesos, el segundo, fue otro video en el que mostramos las diferentes actividades que se podían realizar en diciembre en las calles de Bogotá, el tercero fue un video de los 5 videos más vistos en YouTube en el 2018 y el cuarto, fue un especial de tecnología en el que trabajó todo el equipo digital, allí realizamos cápsulas para radio sobre los avances de ciencia y tecnología más destacados del 2018.

- **16 de enero del 2019**

Finalizaron las prácticas profesionales, las cuales dejaron mucho aprendizaje frente a lo que es el periodismo, además, me permitió conocer lo que es trabajar realmente en un medio de comunicación, además, este día me informaron que seguiría trabajando con la compañía.

Los videos anteriormente referenciados los podrá ver en la bibliografía.

## 7 EMISORAS NACIONALES E INTERNACIONALES EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

Se realizó una consulta sobre el contenido que manejan algunas emisoras nacionales e internacionales en sus páginas web, de qué manera distribuyen la información, quien la escribe, el desarrollo que se le da a las noticias y cómo es la interacción con sus oyentes y seguidores.

Además, para esta sistematización se consultó emisoras nacionales como Blu Radio, RCN Radio, La FM, La W y Radio Nacional de Colombia; y en cuanto a las emisoras internacionales, consultamos a Radio Francia Internacional, Radio Nederland, Grupo Radio centro México y Radio Nacional de España.

A continuación, podrá ver un cuadro dando a conocer los hallazgos encontrados en esta búsqueda.

**Tabla 7-1 MONITOREO DE CONTENIDO DE EMISORAS NACIONALES E INTERNACIONALES**

EMISORAS NACIONALES	CONTENIDO	REDES SOCIALES	ACCESIBILIDAD
<b>Blu Radio</b>	La emisora realiza notas con temas que salen al aire, pero también se apoyan en la información de agencias como AFP, EFE, entre otras, algunas notas, sí son redactadas por los periodistas y algunas están acompañados por el audio, lo que fortalece la nota.	En cuanto a la interacción con los oyentes a través de redes sociales es constante, por medio de Twitter publican las notas que aparecen en página y tuitean los programas en vivo.	La página web ofrece información variada, es fácil de leer lo que se ve en página y la información es completa.

<b>RCN Radio</b>	<p>Manejan información actual y las notas más destacadas del día, en la página no tienen un orden específico de la adecuación de notas y tienen muchos temas en ubicados en página, lo que hace más difícil seguir un orden y entender la importancia de los temas. Además, no se encontró notas relacionadas con los temas hablados en los programas que salen al aire.</p>	<p>En cuanto sus redes sociales publican las noticias en sus cuentas, lo que permite que las personas comenten e interactúen frente a lo que sucede.</p>	<p>En la portada de su página web ofrece información variada, no es fácil leer porque no tiene un orden específico, simplemente se ven muchas noticias revueltas en la página, lo que dificulta la lectura de las noticias.</p>
<b>La FM</b>	<p>Esta es una radio de la misma casa de RCN Radio, en algunas portadillas de los programas si hay notas de los temas tratados en vivo, pero se identificó que en otras portadillas hay</p>	<p>En sus redes sociales publican las noticias que van siendo colgadas a la página, cuenta con 1 millón de seguidores en Twitter y más o menos manejan la misma cifra en Facebook. También,</p>	<p>En la portada de la página web manejan información actual y noticiosa, apenas entran a la portada es fácil leer la información, manejan un orden, lo que facilita la lectura de la portada pero la</p>

	<p>notas de hace mucho tiempo y sin ser actualizadas.</p>	<p>se identifica poca reacción de los usuarios en redes.</p>	<p>página es muy larga, lo que hace que nunca acabe.</p>
<p><b>La W</b></p>	<p>hace un buen uso de la plataforma web, uno de los programas que pone sus cuartillas al momento de estar en vivo es en el programas de La W con Vicky Dávila, donde alrededor de 15 notas salen diariamente, también, depende del tema y de sus invitados.</p>	<p>Son muy activos en sus redes sociales, publican las notas del día, realizan preguntas para que los oyentes participen, hacen uso de hashtags para los programas, Facebook Live, realizan capsulas de video cortas que les permite mayor interacción con los usuarios y tuitean los programas en vivo.</p>	<p>En su página web se ven noticias actuales, manejan un orden en la publicación, separada por secciones pero la página es muy larga, también, tienen sección donde resaltan sus productos, programas y personajes importantes de la emisora.</p>

<p><b>Radio Nacional de Colombia</b></p>	<p>En cuanto a su contenido, manejan una línea de información totalmente diferente a las demás, su contenido es netamente cultura, música, tradiciones y costumbres colombianas, cine, entre otros.</p>	<p>Comparten notas de interés del público, tuitean los programas que salen al aire, también comparten información si están en vivo desde algún evento y aunque tengan pocas interacciones vale la pena resaltar su trabajo diferenciador ante otros medios.</p>	<p>En cuanto a su portada, también es más llamativa, organizada y colorida, es fácil de leer y manejan temas culturales pero también tiene una sección de actualidad, tiene un apartado en el que se puede escuchar y ver lo que sucede en vivo, además, se ven los tuits de lo que pasa al aire y manejan mucha información.</p>
<p><b>EMISORAS INTERNACIONALES</b></p>	<p><b>CONTENIDO</b></p>	<p><b>REDES SOCIALES</b></p>	<p><b>ACCESIBILIDAD</b></p>
<p><b>Radio Francia Internacional</b></p>	<p>Su contenido es informativo, lo temas tratados en vivo son publicados en la página en cada una de las portadas de los programas.</p>	<p>Realizan entrevistas que también la publican en video, reseñas, lo que permite que los usuarios tengan opciones la ora de usar el contenido que prefiera, comparten en sus redes videos</p>	<p>Manejan una portada muy organizada igualmente con la información, los temas que se hablan en la radio son publicadas y siguen un orden. La portada es corta pero concisa,</p>

		relacionados con los temas actuales, tienen pocas interacciones pero manejan buena información.	resalta los temas más importantes.
<b>Radio Nederland</b>	Es una productora multimedia con sede central en Hilversum, Países Bajos. En cuanto a su contenido es solo musical, no manejan información de actualidad y noticiosa.	No se encontró una cuenta oficial de Radio Nederland, puede ser que por lo que es un grupo de emisoras musicales no manejan una cuenta oficial para todas.	No tiene página web, simplemente muestra una página con diferentes estaciones de emisoras pero no hay una página oficial, con noticias ni contenidos.
<b>Grupo radio Centro México</b>	Es una emisora musical, manejan temas de noticias musicales, entretenimiento, temas de interés, podcast, blogs y temas que no se puede perder.	En sus redes sociales manejan información de sus programas, información de conciertos, también noticias de actualidad, videos de sus programas en vivo y datos de interés para sus usuarios.	Su portada es organizada, manejan información musical, eventos, conciertos, manejan un pequeño apartado de noticias actuales, podcast, blogs, entre otras, lo que facilita la lectura de la portada por su organización.

<b>Rádios Nacional de España</b>	Tienen muchos programas, por ende mucho contenido. Manejan temas actuales, música, culturales, lo más innovador es que todas sus notas tienen audio, lo que fortalece los temas tratados.	En sus redes sociales publican todas las notas de actualidad, las cuales son muy completas ya que cuentan con audio y muchas con video. Tienes buen movimiento en redes y buenas reacciones de sus usuarios.	Su portada es organizada, maneja todos los temas, cada uno ordenado en sus secciones y la lectura de la portada es muy fácil y también la portada es un poco larga, con mucha información.
----------------------------------	---	--	--

Fuente: Autor, 2019

Teniendo en cuenta lo anterior, se logró identificar las falencias y fortalezas de cada una de las radios nacionales e internacionales, ya que cada una maneja temáticas parecidas pero manejan la información de diferentes maneras.

En cuanto a las radios nacionales, lo que tiene en común es que manejan una línea de trabajo parecida, solo que unos trabajan más a fondo la información y hacen mayor uso del contenido de sus programas a diferencia de otros.

Por ejemplo, Blu Radio y La W hacen uso de información actual y sacan provecho del contenido que ofrecen los programas en vivo, de la misma manera, de los personajes de las emisoras, quienes aportan mayor número de vistas a las notas y mayor interactividad con los usuarios en sus redes sociales a través de Facebook Live, hashtags o encuestas.

Por el contrario, RCN Radio no saca el mayor provecho de sus programas, ya que en las portadillas de los programas existe información desactualizada y notas viejas, lo que significa pérdida de información que podría ser valiosa.

También, es importante resaltar la labor de Radio Nacional de Colombia, que maneje una línea informativa totalmente diferente a las demás, lo que significa que tiene un público diferente que consume contenido cultural y característico de Colombia, lo cual es valioso rescatar ya que la mayoría de emisoras manejan una línea editorial parecida.

En cambio, las emisoras internacionales manejan un modelo de información diferente, por lo menos en este caso muchas de ellas le apuestan a temas de actualidad pero resaltan mucho la música, la cultura y las noticias acompañadas de audios y videos, lo que fortalece la información encontrada.

De esta manera, se realizó un monitoreo de las emisoras nacionales e internacionales, con las que se logró identificar similitudes y diferencias del manejo de la información, sus contenidos y la interacción que cada una de ellas tiene con sus usuarios y seguidores en las redes sociales y páginas web.

## 8 HALLAZGOS DE LAS ENTREVISTAS

Se realizaron una serie de preguntas a periodistas de Caracol Radio de diferentes regiones del país, con las que se buscaba conocer a profundidad la realidad frente a la creación de contenidos propios desde las regiones de Colombia.

Así mismo, periodistas de las ciudades de Barranquilla, Manizales, Bogotá, Pereira, Bucaramanga, Cartagena y Medellín participaron de manera voluntaria en el momento de responder las preguntas planteadas en el cuestionario anteriormente diseñado.

De la misma manera, se construyó una hipótesis antes de iniciar con la creación del proyecto, en la que se manejaron varias versiones del porqué Caracol Radio tiene una oferta mínima en contenidos propios para la web y redes sociales, pregunta que muchos de sus periodistas respondieron con la ayuda de otras.

Así pues, y gracias a las entrevistas profundas y estructuradas se logró dar respuesta a algunas de las hipótesis construidas a partir de la observación participante en las sedes de Caracol Radio en medio de la práctica profesional.

Por un lado, una de las hipótesis manejadas fue que las personas que siguen la cadena radial tienen una percepción que es una radio vieja, la cual es diseñada para que la escuchen solo personas mayores. También, el trabajo periodístico realizado en las regiones no permite que otros públicos quieran consumir sus productos, ya que son elementos usados en todos sus trabajos publicados en la página de cada región.

Además, por ser una cadena radial antigua cuenta con algunos periodistas mayores, los cuales, según lo que se encontró en las entrevistas, se pudo identificar que son ellos quienes tienen mayor dificultad en adaptarse a las nuevas tecnologías y el manejo de programas relacionados con la creación de contenido.

“Hay habilidades por parte de todos los periodistas, hay ciertas dificultades en los periodistas de edades más avanzadas, sin embargo, hemos podido hacer un buen equipo de capacitación. Sí, hay falencias, sería muy bueno tener más capacitaciones, prácticamente las herramientas las vamos descubriendo poco a poco”, dijo María Alejandra Rodríguez, periodista Bucaramanga.

“Es una habilidad que calificaría como regular, hay dos clases de periodistas, por ejemplo, el que son nativos digitales aquellos que hacen prácticas y son nuevos en el equipo y ellos sí tienen esas habilidades para manejar esos contenidos multimedia, a otros que llevamos más tiempo y nos cuesta más, no tenemos las destrezas y las habilidades para crear lo que significan los contenidos multimedia, los jóvenes lo logran y otros grupos de los periodistas no”, Juan Carlos Ordoñez, Director de Caracol Bucaramanga.

Ahora bien, otra de las hipótesis manejadas fue que el área digital de Caracol Radio se enfoca más en difundir información de entretenimiento y tendencia, ya que este es un contenido que finalmente, aporta mayor interacción y consumo en los usuarios a través de las redes sociales, por lo que no se enfocan específicamente en crear contenido multimedia.

“Desde Manizales y Caldas son contenidos con mucho carácter informativo sobre temas que ocurren y que generan impacto en la ciudad, por ejemplo, homicidios, marchas, decisiones polémicas, decisiones judiciales, denuncias ciudadanas las cuales me parecen muy importantes porque la voz del pueblo es muy importante para el ejercicio periodístico y algunas de esas informaciones están acompañadas de imágenes, videos y audios, pero son de carácter informativo, no son crónicas, especiales o no son géneros que son muy ricos en información”, Cristian camilo Zuluaga, periodista Manizales.

Por lo anterior, varios periodistas coincidieron en que en algunas oportunidades para ellos es más fácil crear contenidos informativos escritos, manejar una buena y creativa titulación y ofrecer eso a los usuarios, en vez de crear un contenido que les dobla el trabajo, también, en ocasiones no saben manejar programas relacionados con edición o simplemente es un contenido que requiere de mayor constancia y más personal en las regiones.

Por lo anterior, es importante señalar que caracol radio ha trabajado para crear contenido para la página web, específicamente en el año 2000 Caracol Radio decidió iniciar con el área digital, la cual se fundó con el fin de ofrecer nuevas alternativas para dar a conocer información de manera diferente a los usuarios, donde inicialmente el contenido lo realizaban los productores de los programas, cada uno de ellos subía sus propios textos, editaban y publicaba en la página web, ahora, 18 años después, el área digital está conformada por 33 personas fijas, las cuales se encargan

de realizar actividades tales como publicar notas de regiones y ubicarlas en la portada de la página web, realización notas de tendencias o entretenimiento, manejo redes sociales y cubrimiento de eventos entre otras.

Así, la compañía inició el proceso de realizar contenidos para la página porque vio la necesidad y la factibilidad de consumir información fácil y rápida, de esta manera, la compañía aprovechó que es un medio de comunicación al que todas las personas tienen acceso, que conocen de él desde hace muchos años y además, ofrece un plus, y es que está acompañada de la veracidad de la radio en vivo y la información eficaz.

“La importancia de circular información en la página web y redes sociales es porque la gente ya no solo se está informando de una sola manera ahora, la gente ya no solo ve televisión, no solo leen el periódico, no solo escucha radio y la gente no solo se comunica por redes sociales y la página, entonces hay que capturar diferentes públicos. Ahora los medios si no quieren desaparecer o perder audiencia deben estar en esos lugares donde la gente está consumiendo información, ahora más que nunca la gente lee mucho, ya sean chats o publicaciones de redes, es por esto que los medios deben tener información relevante para que le interese y le aporte a la gente”, Diana León, Directora digital de Caracol Radio.

Por el contrario, otros periodistas aseguran que el trabajo multimedia que se realiza desde las regiones es muy básico, simplemente se enfocan en realizar notas pero no van más allá para la creación de nuevos contenidos.

“Desde Antioquia lo que hemos desarrollado para la página web es muy escueto, solamente cuartillas, algunas fotografías y videos, pero sí hay una ausencia de contenidos exclusivo para la web y si hace falta explotarlo más”, Sebastián Estrada, periodista Manizales.

Por lo anterior, podemos inferir que para los periodistas de las regiones representa más trabajo crear contenidos propios porque carecen de personal, no manejan adecuadamente las herramientas digitales y requiere de más tiempo, lo que construir una nota informativa es mucho más sencillo, lo puede hacer una sola persona y está dentro de sus funciones diarias, un trabajo más sencillo y rápido.

Por otro lado, se maneja una tercera hipótesis la cual hizo referencia a la poca iniciativa de los periodistas a la hora de crear contenido, esto podría presentarse debido a diferentes factores, entre ellos porque no conocen de manera concreta cómo crear contenidos multimedia, porque no les gusta o porque requiere de mayor trabajo y no hay suficiente tiempo para pensar, construir y llevar a cabo este tipo de contenidos, además, que deben priorizar tareas e información.

En efecto, gracias a las entrevistas se pudo identificar que mucho de lo dicho anteriormente sí tiene que ver con la falta de creación de contenidos propios, ya que algunos periodistas aseguran que existe el talento en muchos de ellos, pero no se usa porque muchos conocen y saben manejar estas herramientas pero la falta de personal les impide crear estos contenidos, además, que no hay personas que se dediquen únicamente a la web.

“Solemos ser creativos en la titulación pero eso no es la gran cosa, podemos usar videos, contenidos que sean diferentes, entrevistas, programas que sean grabados en vivo lo cual se hace muy de vez en cuando y cuando se hace no se hace bien, se hace de la manera más arcaica posible, creo que eso es una falla que tienen las regiones y ojala que se trabaja la web se pueda reforzar, lo que no hay es capacidad de gente para poderlo hacer”, Cristian Camilo Zuluaga, periodista Manizales.

Así mismo, los periodistas creen que las estrategias para fortalecer la página web deberían centrarse en tener más personal dedicado especialmente al trabajo digital.

“Creo que para fortalecer la página web estaría compuesta de dos cosas, primero, que haya un periodista que se dedique exclusivamente para la web, un periodista que tenga más idea en cuanto a tecnología y que a esa persona se le quite carga para que se dedique solo a la web y segundo, que se generen otro tipo de información, no solo lo que dice el policía, el presidente, los ministros o el alcalde”, dijo Christian Camilo Zuluaga, periodista Manizales.

“Se necesita mayor capacitación por parte de los editores y la parte digital de Caracol en todas las regiones del país, ya que en muchas ocasiones recurrimos a los periodistas y les quitamos tiempo de su trabajo porque no sabemos cómo solucionar un problema que quizá sea de fácil solución”, Adrián Rodríguez, periodista Medellín.

Además, otra hipótesis que se maneja es que los periodistas aseguran que sus contenidos deben estar más dirigidos a las personas, donde no solo sea información de autoridades sino que se tenga en cuenta lo que necesita saber la comunidad.

“Hay que fortalecer el tema local, a la gente le gusta sentirse identificada, cosas donde la gente tenga accesos, donde sientan que la página web es también la página de su barrio, no solamente la página del alcalde, del gobernador sino cosas del diario vivir de los Cartageneros”, Erix Montoya, Director de Caracol Cartagena.

Los periodistas aseguraron que los encargados de crear este contenido deben ser periodistas que tengan mayor idea de manejo de la tecnología, también, creen que para la creación de estos contenidos deben ser diferentes no solo resaltando información de lo que dicen las autoridades correspondientes al tema.

Finalmente, las entrevistas aportaron de manera positiva a resolver algunas de las hipótesis manejadas inicialmente, lo cual permitió resolver muchas dudas que se presentaron en la observación participante en la práctica profesional en Caracol Radio.

## 9 CONCLUSIONES

Sobre la creación de contenidos propios dentro de Caracol Radio se pudo evidenciar que tienen una oferta mínima en sus productos debido a que muchos, en su gran mayoría de los periodistas de las regiones de Colombia desconocen la manera de crear contenido que pueda funcionar para la página web y las redes sociales.

Por ejemplo, en las entrevistas se evidenció que según los periodistas de las regiones, la información que las personas buscan ya se encuentra todo en internet y esto hace que la creación de los contenidos se vuelva más difícil, además, que muchos de ellos no tienen los conocimientos ni han recibido las herramientas necesarias para crear contenido para la web.

También, se evidenció la importancia que tiene crear contenido para página web y redes sociales, donde la interacción, la información veraz y la creación de contenidos innovadores son esenciales e importantes para que un medio de comunicación logre alcanzar mayor reconocimiento por su originalidad e innovación.

Es de gran importancia, resaltar la labor que realizan los periodistas, pero también es importante destacar que los contenidos sí fortalecen las noticias, a las que se les puede dar un giro y puedan ser más fáciles de entender en solo unos minutos.

Con esta sistematización, se buscó resaltar el trabajo que realizan los periodistas digitales, que pretenden llegar a nuevas audiencias con contenido diferente, rápido y fácil de adquirir información y lo mejor, cambiar esa imagen que se tiene de Caracol Radio y que se convierta en la radio joven y actual sin acabar con la profundidad de la noticia, solo fortaleciendo vínculos entre los usuarios, oyentes o seguidores con la mejor información.

También, se logró identificar los retos que tienen ahora los medios de comunicación con la nueva era digital, ya que es en la red donde circula todo tipo de información y son los medios de comunicación quienes determinan la importancia de esta sin caer en la trampa de las noticias falsas o replicar este tipo de información; es por esto, que la creación de contenidos propios se ha convertido en uno de los ejes principales para el surgimiento y reconocimiento de cualquier medio de comunicación, ya que a través de estos se puede llegar a cualquier rincón del mundo

transmitiendo información diferente, dinámica y fácil de entender, ahora para entender una noticia no es necesario leer las páginas necesaria para comprender el tema, ahora, en un simple video de unos minutos se puede dar la misma información pero narrada de manera diferente y mucho más fácil de entender.

## 10 BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

Adriana Gil, J. F. (2003). *s3.amazonaws.com*. Obtenido de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/3449584/nuevas\\_tecnologias\\_y\\_la\\_comunicacion.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556118644&Signature=E3PB%2BeeYpOFU%2FQaqatCBtN1rFdI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DNuevas](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/3449584/nuevas_tecnologias_y_la_comunicacion.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556118644&Signature=E3PB%2BeeYpOFU%2FQaqatCBtN1rFdI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DNuevas)

Ángel, G. P. (1998). *La Radio del Tercer Milenio*. Editorial Nomos S.A.

Bello, R. (Enero de 2016). *Researchgate*. Obtenido de Researchgate: [https://www.researchgate.net/publication/311848171\\_LA\\_INVESTIGACION\\_ETNOGRAFICA\\_Y\\_LA\\_OBSERVACION\\_PARTICIPANTE](https://www.researchgate.net/publication/311848171_LA_INVESTIGACION_ETNOGRAFICA_Y_LA_OBSERVACION_PARTICIPANTE)

*empleo.com*. (s.f.). Obtenido de *empleo.com*: <https://empleo.com/sitios-empresariales/colombia/caracol/index.asp>

García Hernández, M. D. (2006). *La entrevista*. Máster en Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación. Obtenido de [http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86\\_entrevistapdfcopy.pdf](http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)

H., O. J. (2018). *La sistematización de experiencias*. Bogotá, Colombia.

H., O. J. (2018). *La sistematización de experiencias. Práctica y teoría para otros mundos posibles*. En O. J. H., *La sistematización de experiencias. Práctica y teoría para otros mundos posibles*. (pág. 260).

Jara, O. (2018). *La sistematización de experiencias*. Bogotá.

Kawulich, B. B. (<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/466/998#g2> de Mayo de 2005). *Forum: Qualitative Social Research*. Obtenido de Forum: Qualitative Social Research.

Nereida López Vidales, L. G. (2014). *La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo on line de música y entretenimiento*. *Revista de estudios de comunicación*.

Osorio, M. L. (2016). *Sistematización de los procesos de revisión y corrección de los contenidos noticiosos en Caracol*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3642/Castellanosmonica2017%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ribes, X. (2007). La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. *TELOS*, 15.

Rubio, A. B. (2015). *La radio colombiana frente al reto digital*. Universidad de Chile.

Rubio, A. B. (2015). *Narrativa periodística en la convergencia de medios*. Colombia: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Scolari, M. C. (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires.

Villena, R. D. (2010). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/31935286/Evento-Comunicativo>

Recuperado de: <https://www.bluradio.com/>

Recuperado de: <https://www.rcnradio.com/>

Recuperado de: <https://www.lafm.com.co/>

Recuperado de: <http://www.wradio.com.co/>

Recuperado de: <https://www.radionacional.co/>

Recuperado de: <http://es.rfi.fr/>

Recuperado de: <https://www.nederland.fm/>

Recuperado de: <https://radiocentro.com/>

Recuperado de: <http://www.rtve.es/radio/>

Videos línea del tiempo:

Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Kze4DiPrdiU>

Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=poImSRlbKMQ>

Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=xXYAcgaxtog>

## 11 ANEXOS

### 11.1 ANEXO 1 ENTREVISTAS A PERIODISTAS DE REGIONES

#### 11.1.1 BRIAN SAAVEDRA TORRES – PERIODISTA DE BARRANQUILLA

**1. ¿Desde su región qué tipo de contenidos se han desarrollado para la página web?**

Estamos fortaleciendo los videos que acompañan las notas, sobre todo los hechos que pasan en las comunidades, los barrios y estas son denuncias que los ciudadanos suelen hacer. Lo anterior, puede ayudar para que nuestra página web sea el puente directo de información, ellos con su video y nosotros lo publicando en la página el contenido aportado.

**2. ¿Tiene habilidades para crear contenidos informativos multimedia?**

Particularmente a mí me va muy bien editando material audiovisual, con mucha más fortaleza en la producción de audio con la utilización de efectos de sonido, eso ayuda a contar mejor una noticia o una historia, en términos generales, me va muy bien en ese campo.

**3. ¿Cómo cree que los contenidos digitales pueden ayudar a informar mejor?**

Es mejor porque es una forma más digerible de contar los hechos, una imagen dice más que mil palabras y creo que es bueno acompañar una información con un audio, con una foto o con un material multimedia, también, sirven mucho las infografías para salir de lo más común , ayuda a quien nos lea pueda comprender mejor la noticia.

**4. ¿Por qué es importante crear contenidos digitales para la web?**

Es necesario, la sociedad ya te pide dar ese paso para ser más interactivo y tener un mayor alcance entre las miles de informaciones que se encuentran en la web, por eso, creo que estos materiales ayudan a tener mayor alcance como medio de comunicación.

**5. ¿De qué manera cree que estos contenidos los favorecerían?**

Realmente es material que me gusta, creo que es la mejor manera posible para llegar a más consumidores web, finalmente, los medios vivimos de los indicadores y creo que en Barranquilla hemos avanzado mucho en ese tema.

**6. ¿Cuál cree que son las estrategias para fortalecer la página web de Caracol Radio?**

Por inmediatez que demanda el medio, creo que se debe usar un mecanismo para facilitar el montaje de la información a la plataforma, creo que hay dificultades en ese sentido pero creo que con un mecanismo más fácil para publicar material puedo fluir mejor, además, la página en cuestión de diseño está muy bien.

**11.1.2 ERIX MONTOYA BUSTOS – DIRECTOR DE NOTICIAS DE CARTAGENA**

**1. ¿Desde su región qué tipo de contenidos se han desarrollado para la página web?**

Han sido de toda clase, no tenemos preferencia de algún tema acá se publica de todo, especialmente orden público, situaciones que ocurren con la administración, además, Cartagena en el tema político es repetitivo, pero todos los temas en general son bienvenidos a la página, principalmente los temas locales mueven mucho, nos hemos dado cuenta que llaman más la atención que temas de interés nacional.

**2. ¿Tiene habilidades para crear contenidos informativos multimedia?**

Hemos ido aprendiendo poco a poco, hemos tenido acceso a la página de Facebook, hemos hecho Facebook Live a veces, también, tenemos cuenta de Instagram donde compartimos noticias y Twitter donde replicamos todo lo que sale en la página.

**3. ¿Cómo cree que los contenidos digitales pueden ayudar a informar mejor?**

Son un complemento para este nuevo mundo de las tecnologías, donde la retroalimentación no es de la manera tradicional como encender el radio o prender el televisor, el acceso a los contenidos digitales es mucho más amplio por eso hay que actualizarse en ese tema.

**4. ¿Por qué es importante crear contenidos digitales para la web?**

Es importante porque el modo de llevar la información ha cambiado y por eso hay que buscar ese cambio, donde los medios de comunicación sean partícipes, es decir, si la gente ya no se entera por los medios tradicionales se enteran por los medios digitales, donde prefieren visitar la página web, ver Twitter, Facebook y otros, donde los medios tradicionales ya quedaron a un lado.

**5. ¿De qué manera cree que estos contenidos los favorecerían?**

Los contenidos favorecen siempre y cuando sean llamativos, por ejemplo, el video del accidente de tránsito genera bastante tráfico, también, les interesa ver las cosas cotidianas que pasas, por ejemplo, acá en Barranquilla los arroyos cuando hay mucho invierno. Lo que pasa en el diario vivir son cosas con las cuales la gente se siente identificada y son los actos que nos dan bastante tráfico en la web.

**6. ¿Cuál cree que son las estrategias para fortalecer la página web de Caracol Radio?**

Hay que fortalecer el tema local, a la gente le gusta sentirse identificada, cosas donde la gente tenga accesos, donde sientan que la página web es también la página de su barrio, no solamente la página del alcalde, del gobernador sino cosas del diario vivir de los Cartageneros.

**11.1.3 CHRISTIAN CAMILO ZULUAGA - PERIODISTA DE MANIZALES**

**1. ¿Desde su región qué tipo de contenidos se han desarrollado para la página web?**

Desde Manizales y Caldas son contenidos con mucho carácter informativo sobre temas que ocurren y que generan impacto en la ciudad, por ejemplo, homicidios, marchas, decisiones polémicas, decisiones judiciales, denuncias ciudadanas las cuales me parecen muy importantes porque la voz del pueblo es muy importante para el ejercicio periodístico y algunas de esas informaciones están acompañadas de imágenes, videos y audios, pero son de carácter informativo, no son crónicas, especiales o no son géneros que son muy ricos en información.

**2. ¿Tiene habilidades para crear contenidos informativos multimedia?**

Creatividad tenemos todos, pero el talento no se utiliza, por ejemplo, hay gente que sabe usar muy bien elementos para realizar infografías, lo cual me parece algo genial y es algo más interactiva la lectura del usuario y lo obliga de cierto modo a ‘clickear’ más veces en la página y a estar más tiempo en ella, sin embargo, no se usa por una razón básica, somos tres personas y no tenemos una persona que esté dedicada a la web.

También, solemos ser creativos en la titulación pero eso no es la gran cosa, podemos usar videos, contenidos que sean diferentes, entrevistas, programas que sean grabados en vivo lo cual se hace muy de vez en cuando y cuando se hace no se hace bien, se hace de la manera más arcaica posible, creo que eso es una falla que tienen las regiones y ojala que se trabaje la web se pueda reforzar, lo que no hay es capacidad de gente para poderlo hacer.

### **3. ¿Cómo cree que los contenidos digitales pueden ayudar a informar mejor?**

Las infografías ayudan a que sea más interactivo, imágenes que sean llamativas, contenidos que no sean cortos pero que tengan inter-títulos y que sean temas que verdadera valgan la pena, que tengan una extensión y sobre todo temas que sean dirigidas a cierto sector, por ejemplo, hablar de tendencias de equipos móviles, el tema de las bicicletas resultaría muy bueno hablar con expertos del tema, buscar otros puntos de vista y hacer temas muy experimentales, eso quiere decir, que la persona que hace la nota puede montar en bicicleta y hacer una ruta, el periodismo de inmersión se puede usar para este tipo de especiales.

También, es importante que los contenidos sean muy dinámicos, que el lector se sienta a gusto entrando a la página, no que entren simplemente por titulares engañosos lo cual hace que se lea rápido el texto pero abandone la página y no busque otra noticia.

### **4. ¿Cuál cree que son las estrategias para fortalecer la página web de Caracol Radio?**

Creo que para fortalecer la página web está compuesta de dos cosas, primero, que haya un periodista que se dedique exclusivamente para la web, un periodista que tenga más idea en cuanto a tecnología y que a esa persona se le quite carga para que se dedique solo a la web y segundo, que se generen otro tipo de información, no solo lo que dice el policía, el presidente, los ministros o el alcalde.

#### 11.1.4 JUAN CARLOS ORDOÑEZ- DIRECTOR DE NOTICIAS BUCARAMANGA

##### **1. ¿Desde su región qué tipo de contenidos se han desarrollado para la página web?**

Hemos generado contenidos como notas escritas para la web, algunos podcast y videos para acompañar esa nota, en realidad, los contenidos para la página web son los tradicionales, es decir, un escrito que casi siempre agregamos un audio que acompaña a la información y si es el caso un video que ayuda a informar al detalle.

##### **2. ¿Tiene habilidades para crear contenidos informativos multimedia?**

Es una habilidad que calificaría como regular, hay una dos clases de periodistas, por ejemplo, el que son nativos digitales aquellos que hacen prácticas y son nuevos en el equipo y ellos si tienen esas habilidades para manejar esos contenidos multimedia, a otros que llevamos más tiempo y nos cuesta más, no tenemos las destrezas y las habilidades para crear lo que significan los contenidos multimedia, los jóvenes lo logran y otros grupos de los periodistas no.

##### **3. ¿Cómo cree que los contenidos digitales pueden ayudar a informar mejor?**

La reacción solamente no ayuda a configurar una información y un buen panorama para el escucha, hay necesidad a que las personas escuchen la voz eso ayuda a mejorar porque hemos notado que la gente quiere contrastar lo que se escribe con la escucha, esa es la prueba que sí se está informando bien.

Los contenidos digitales ayudan porque la gente quiere ver un panorama, que le presenten todo masticado y diluido, en ese orden de ideas, las infografías son una herramienta de la cual carecemos pero que ayudan a informar y marcar el contraste de una información y en ese sentido los contenido digitales ayudan a informar mucho mejor.

##### **4. ¿Por qué es importante crear contenidos digitales para la web?**

Los contenidos digitales son un imperativo en este mundo, donde lo análogo quedó atrás y es algo que los contenidos nuevos son los temas que debe presentar la página hoy en día, un contenido sin

lo digital no es una configuración de lo que significa las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información.

**5. ¿De qué manera cree que estos contenidos los favorecerían?**

Es el hecho de la web amplia la información, llaman la atención y le hablan a las características principales del lector, la audiencias es dinámica y debemos adaptarnos a lo que la gente desea y exige, eso son contenido que deben llevar el sello digital que deben ser aprovechados porque son un requisito fundamental.

**6. ¿Cuál cree que son las estrategias para fortalecer la página web de Caracol Radio?**

Es evidente que hemos avanzado pero tenemos que llegar al top 10, hay que mejorar en la redacción, tenemos que ir más allá de la noticia escueta, el registro, contar más historias y mejorar lo gráfico y hacer una reportería gráfica propia con un sentido estético y un contenido trascendental.

Las infografías y los videos bien elaborados, trabajar en el podcast, manejar los contrastes, hacer muchos especiales, también, tendríamos que manejar mejor la diagramación de la página y manejarla como El País de España y la página tiene que tener buenas historias con las que uno se va a dormir.