

|   |   |                       |            |          |
|---|---|-----------------------|------------|----------|
|  | <b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b> |                       |            |          |
|   | Documento   | Código                | Fecha      | Revisión |
|   | FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO         | F-AC-DBL-007          | 04-08-2017 | A        |
| Dependencia   |   | Aprobado              |            | Pág.     |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA  |   | SUBDIRECTOR ACADEMICO |            | i(90)    |

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

|   |  |                |           |
|---|--|----------------|-----------|
| AUTORES   | <b>JHON FREDY PALOMINO CAMARGO</b>   |                |           |
| FACULTAD  | <b>EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES</b>  |                |           |
| PLAN DE ESTUDIOS  | <b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>   |                |           |
| DIRECTOR  | <b>YENY PAOLA PALACIO ÁLVAREZ</b>  |                |           |
| TÍTULO DE LA TESIS  | <b>DISEÑO DE UN MANUAL PROGRAMÁTICO PARA LA REALIZACIÓN DE CONTENIDOS RADIALES PARA LA EMISORA DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL BUCARAMANGA</b> |                |           |
| <b>RESUMEN</b><br><b>(70 palabras aproximadamente)</b>  |  |                |           |
| <p>EL PROPOSITO DEL MANUAL PROGRAMÁTICO PARA LA REALIZACIÓN DE CONTENIDOS RADIALES PARA LA EMISORA DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL BUCARAMANGA, ES EL DE ACTUAR COMO UNA HERRAMIENTA CON INFORMACIÓN DETALLADA PARA LA REALIZACIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS, ADEMÁS DE CONTEMPLAR LINEAMIENTOS DE PROGRAMACIÓN MUSICAL Y ASPECTOS DE CUMPLIMIENTO PÚBLICO. TENIENDO EN CUENTA EL ESTILO E IDENTIDAD QUE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS DEFINIÓ PARA SU REALIZACIÓN.</p> |  |                |           |
| <b>CARACTERÍSTICAS</b>  |  |                |           |
| PÁGINAS: 85   | PLANOS:  | ILUSTRACIONES: | CD-ROM: 1 |



DISEÑO DE UN MANUAL PROGRAMÁTICO PARA LA REALIZACIÓN DE  
CONTENIDOS RADIALES PARA LA EMISORA DE LA UNIVERSIDAD SANTO  
TOMÁS SECCIONAL BUCARAMANGA

AUTOR

JHON FREDY PALOMINO CAMARGO

Código 310562

Trabajo de grado bajo la modalidad de pasantías presentado para optar el

Título de Comunicador Social

YENY PAOLA PALACIO ÁLVAREZ

Directora de pasantía

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

OCAÑA, COLOMBIA

AGOSTO, 2017

## Índice

|  |               |
|--|---------------|
| <b>Capítulo 1. Diseño de un Manual Programático para la realización de Contenidos Radiales para la emisora de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga</b> ..... | <b>1</b>      |
| 1.1 Descripción de la empresa.....   | 1             |
| 1.1.1 Misión.....  | 2             |
| 1.1.2 Visión.....  | 2             |
| 1.1.3 Objetivos de la empresa.....   | 3             |
| 1.1.4 Estructura Organizacional de la empresa .....  | 6             |
| 1.1.5 Descripción de la dependencia .....  | 7             |
| 1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....  | 8             |
| 1.2.1 Planteamiento del problema .....   | 9             |
| 1.3 Objetivos de la pasantía.....  | 12            |
| 1.3.1 Objetivo General.....  | 12            |
| 1.3.2 Objetivos específicos .....  | 12            |
| 1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma .....   | 12            |
| <br><b>Capítulo 2: Enfoques referenciales</b> .....  | <br><b>14</b> |
| 2.1 Enfoque conceptual .....   | 14            |
| 2.2 Enfoque legal.....   | 16            |
| 2.2.1 Política de protección de datos de la Universidad Santo Tomás .....  | 18            |
| <br><b>Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo</b> .....  | <br><b>20</b> |
| 3.1 Presentación de resultados: .....  | 20            |
| 3.2 Actividades Complementarias.....   | 53            |
| <br><b>Capítulo 4. Diagnostico final</b> .....   | <br><b>61</b> |
| <br><b>Capítulo 5. Conclusiones</b> .....  | <br><b>63</b> |
| <br><b>Capítulo 6. Recomendaciones</b> .....   | <br><b>65</b> |
| Referencias.....   | 66            |
| Apéndice .....   | 68            |

## Lista de figuras

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Estructura orgánica.....  | 7  |
| Figura 2. Primer correo electrónico .....   | 21 |
| Figura 3 Segundo correo electrónico .....   | 22 |
| Figura 4 Propósito institucional .....  | 23 |
| Figura 5 Portada del manual de estilo.....  | 26 |
| Figura 6 Capítulos 1 y 2 manual de estilo.....  | 26 |
| Figura 7 Correo electrónico Director departamento de Comunicaciones USTA .....                    | 27 |
| Figura 8 Correcciones hechas al manual luego de la reunión con el Director de Comunicaciones..... | 27 |
| Figura 9 Correo, Manual de estilo aprobado por el director de Comunicaciones .....                | 28 |
| Figura 10 Correo 2, Solicitud de mantener el diseño actual .....                                  | 28 |
| Figura 11 Solicitud de corrección de estilo Manual. ....  | 29 |
| Figura 12 Parrilla de programación .....  | 30 |
| Figura 13 Manual de estilo Radionica .....  | 32 |
| Figura 14 Manual Radio Nacional de Col .....  | 33 |
| Figura 15 RRUC .....  | 33 |
| Figura 16 Manual de estilo página 1 .....   | 34 |
| Figura 17 Manual de estilo página 2.....  | 34 |
| Figura 18 Formato de solicitud de servicios comunicacionales .....                                | 39 |
| Figura 19 Esquema Zara Radio.....   | 41 |
| Figura 20 Esquema adobe auditionTrack .....   | 42 |
| Figura 21 Esquema Aditionmulti track.....   | 43 |
| Figura 22 Correo a el diseñador gráfico .....   | 46 |
| Figura 23 Correo respuesta del diseñador gráfico .....  | 46 |
| Figura 24 Color 1 Manual de estilo .....  | 47 |
| Figura 25 Color 2 Manual de estilo .....  | 48 |
| Figura 26 Pagina web emisora Radio USTA.....  | 49 |
| Figura 27 Pagina web emisora Radio USTA.....  | 49 |
| Figura 28 Pagina Web emisora Radio USTA.....  | 50 |
| Figura 29 Asistencia a la socialización del manual de estilo.....                                 | 52 |
| Figura 30 Programa EL DESPERTADOR.....  | 53 |
| Figura 31 Anuncios al aire 1 .....  | 54 |
| Figura 32 Anuncios al aire 2 .....  | 55 |
| Figura 33 Anuncios al aire 3.....   | 56 |
| Figura 34 Anuncios al aire 4.....   | 57 |
| Figura 35 Programas Radio USTA.....   | 58 |
| Figura 36 Ejemplo de planillas .....  | 59 |
| Figura 37 Nuevos programas Radio USTA.....  | 60 |
| Figura 38 Celebración de días especiales .....  | 60 |
| Figura 39 Diseño aniversario Radio USTA .....   | 69 |
| Figura 40 Fan Page Radio USTA .....   | 78 |

### Lista de tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Matriz DOFA.....  | 9  |
| Tabla 2 Actividades a desarrollar .....                           | 13 |
| Tabla 3 Guion .....   | 35 |
| Tabla 4 Segunda propuesta de guion literario para el manual ..... | 37 |
| Tabla 5 Solicitud de cuñas .....                                  | 38 |

## Lista de fotografías

|   |    |
|---|----|
| Ilustración 1 Foto uno Aniversario Radio USTA .....               | 70 |
| Ilustración 2 Foto dos Aniversario Radio USTA.....                | 70 |
| Ilustración 3 Foto tres Aniversario Radio USTA .....              | 71 |
| Ilustración 4 Foto equipo Radio USTA .....                        | 71 |
| Ilustración 5 Animación y presentación de artistas invitados..... | 72 |
| Ilustración 6 La agrupación Bumanguesa KATAMARAN.....             | 72 |
| Ilustración 7 Entrega de premios a los oyentes.....               | 73 |
| Ilustración 8 Equipo de trabajo Radio USTA .....                  | 73 |
| Ilustración 9 Estudiantes USTA en el evento .....                 | 74 |
| Ilustración 10 Presentación DURAZNO .....                         | 74 |
| Ilustración 11 Foto Fanny Lu.....                                 | 75 |
| Ilustración 12 Foto entrevista Santiago Cruz.....                 | 76 |
| Ilustración 13 Entrevista Con Vicente García .....                | 76 |
| Ilustración 14 Foto Entrevista Pipe Bueno .....                   | 77 |

## Lista de apéndices

|  |    |
|--|----|
| Apéndice A. Celebración del primer año de Radio USTA .....                 | 69 |
| Apéndice B. Visita y entrevistas con artistas de talla internacional ..... | 73 |
| Apéndice C. Manejo de Redes Sociales de Radio USTA.....                    | 78 |

## Resumen

La Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga, tiene como gran responsabilidad la formación de proyectos de vida. Desde su fundación en 1580, la USTA se ha definido como Universidad de Estudio General, esto es, como institución de educación superior que justifica su existencia por la necesidad de cultivar el humanismo cristiano, perspectiva de comprensión de la vida humana y de realidad, compartida por todas las unidades académicas y administrativas.

Para el caso, Radio USTA 96.2 Fm emisora de la universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga, es una emisora universitaria que está próxima a cumplir un año de trabajo y que busca dentro de sus propósitos generar constantemente contenidos producidos por los estudiantes, administrativos y docentes del plantel educativo, lo que hace necesario la preparación constante de los estamentos en cuanto a creación de contenidos radiales.

Actualmente la emisora cuenta con dos profesionales de planta, una comunicadora social y un técnico operador de audio. Se producen y emiten 20 programas las 24 horas del día entre los distintos horarios y días de la semana. Estos programas son realizaciones de los integrantes de la universidad, pero por falta de personal es imposible orientar bien a las personas que producen el contenido para la emisora.

El propósito de crear un manual programático para la realización de contenidos radiales para la emisora de la Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga, tiene como objetivo entregar un lineamiento de programación interno, que indique los pasos para la realización de contenidos y cómo realizarlos, así como también detalles de manejo de la música y archivo de la misma, como también la solicitud de los mismos.

## Introducción

La radio difusión en Colombia cuenta con lineamientos establecidos especiales para las emisoras de interés público, de conformidad con la Ley 1341 o Ley de TIC. Los servicios de radiodifusión sonora en Colombia, contribuirán a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia. Además, determina que en los programas radiales debe hacerse buen uso del idioma castellano.

Radio USTA, como emisora de la Universidad Santo Tomás tiene como compromiso humanizar, educar e informar, siendo una aliada importante de la cultura en la región, a pesar del corto tiempo de funcionamiento. Y un referente informativo de la Universidad Santo Tomás.

Afiliada a la Red de Radios Universitarias de Colombia, y a la Red de Radios Dominicadas de América, el compromiso por elaborar contenido de calidad es mucho mayor y por ello, la necesidad de establecer una guía que permita orientar paso a paso a los aspirantes y colaboradores en la realización de contenido radial, permitiendo generar una identidad y un estilo único al medio.

Es necesario que la guía muestre aspectos técnicos, como los manejos adecuados de la voz, postura, entonación, redacción, colocación y respiración como también para la producción en la preparación de textos, spots y la elaboración de guiones. Así mismo entregar un conocimiento previo sobre los equipos de la emisora, (consola, micrófonos, software, programas etc.).

Finalmente, la guía paso a paso buscará que se comprenda cómo se realiza un buen programa de radio y dará la solución al desconocimiento en los aspectos generales para la realización de contenido en Radio USTA.

**1. Título dado al trabajo de pasantía**

Diseño de un Manual Programático para la realización de Contenidos Radiales para la emisora de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga.

## **Capítulo 1. Diseño de un Manual Programático para la realización de Contenidos Radiales para la emisora de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga**

### **1.1 Descripción de la empresa**

La Universidad Santo Tomás de Colombia enraíza sus orígenes en el proceso histórico de fundación y construcción de la identidad hispanoamericana y nacional. Nace de la semilla de la primera institución educativa del nuevo reino de granada en 1573 y evoluciona a la universidad Tomística ratificada en 1580 por el Papa Gregorio XIII mediante la bula “Romanus Pontifex” quién confirmó su fundación.

Desde los claustros de la Universidad Tomística y del colegio Mayor del Rosario se acompañaron los procesos de formación de los próceres neogranadinos que impulsaron la campaña emancipadora y proveyeron el fundamento de la naciente república, entre otros Francisco de Paula Santander, Francisco José de Caldas, Camilo Torres y Antonio Ricaurte.

La restauración de la Universidad Santo Tomás Colombia por el Sacerdote Dominico Luis J. Torres Gómez O.P. En la ciudad de Bogotá con los programas de Ingeniería Civil, Derecho y Ciencias Políticas, Economía y Administración de Empresas.

El 7 de Marzo de 1973 comienza sus actividades académicas la Universidad Santo Tomás, Seccional Bucaramanga en las instalaciones del otrora Colegio Cristo Rey con los Programas de Derecho y Ciencias Políticas, Economía y Administración de Empresas Y Contaduría Pública; Fueron los decanos fundadores, los Drs. Luis Fernando Sanmiguel, Alejandro Galvis Ramírez y Alfonso Mejía Sarmiento respectivamente.

La Universidad hoy sigue siendo regentada por los Frailes de la Orden de Predicadores y oferta sus servicios en educación superior dentro de la tradición humanística que promueve el desarrollo personalizado de los sujetos con base en el conocimiento

avanzado, la investigación, la técnica, la proyección social y la transformación de las condiciones de vida humana en desventaja en condiciones de vida de promoción y desarrollo justo, democrático y responsable con los bienes y tradiciones culturales, ambientales, éticas y étnicas.(Universidad , 2010)

**1.1.1 Misión** La Misión de la Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista y cristiano de Santo Tomás de Aquino, consiste en promover la formación integral de las personas, en el campo de la Educación Superior, mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a la problemática y necesidades de la sociedad y del país. (Universidad , [ustabuca.edu.co](http://ustabuca.edu.co), 2015)(Estatuto Orgánico Título 2, artículo 7).

**1.1.2 Visión** La visión, como proyección de la misión a mediano plazo, prospecta así la presencia y la imagen institucional de la Universidad Santo Tomás: interviene ante los organismos e instancias de decisión de alcance colectivo; se pronuncia e influye sobre los procesos que afectan la vida nacional o de las comunidades regionales, porque goza tanto de la acreditación de sus programas como de la acreditación institucional; es interlocutora de otras instituciones tanto educativas como empresariales del sector público y privado.

La comprensión humanista cristiana de la realidad colombiana y latinoamericana contemporánea, heredada de su larga tradición en el campo de la educación superior, en contexto de mundialización, inspira el quehacer de sus programas, con miras a asegurar la construcción del bien común y la realización de la justicia distributiva, y así reducir la exclusión social, económica, cultural y política. Vinculada a las distintas regiones del país, a través de sus seccionales y de sus programas de Universidad Abierta y a Distancia, es factor de desarrollo y mejoramiento de los entornos y contextos donde opera. Incorpora el uso de

nuevas tecnologías educativas como herramientas para la docencia y la investigación en todos los planes de estudio, y vincula a docentes y a estudiantes en proyectos compartidos para recuperar, adaptar y generar nuevos conocimientos en orden a la solución de los nuevos problemas de la sociedad y del país.(Universidad , [ustabuca.edu.co](http://ustabuca.edu.co), 2015) (Proyecto Educativo Institucional 2017, p.167).

### **1.1.3 Objetivos de la empresa**

Desde su fundación en 1580, la USTA se ha definido como Universidad de Estudio General, esto es, como institución de educación superior que justifica su existencia por la necesidad de cultivar el humanismo cristiano, perspectiva de comprensión de la vida humana y de la realidad, compartida por todas las unidades académicas y administrativas. Estudio General era la denominación medieval de las facultades centradas en esta tarea de comprensión de totalidad (filosofía, teología) y, además, abiertas a todas las naciones y culturas, sin discriminaciones.

#### **Humanismo tomista cristiano**

La Universidad Santo Tomás se inspira en el pensamiento humanista cristiano de santo Tomás de Aquino, construido en el diálogo crítico entre razón y fe, que afirma la dignidad de la persona, fundada en la semejanza con Dios, la necesidad del desarrollo armónico de todas sus potencialidades, al tiempo que enfatiza su dependencia del Creador y su vocación trascendente y social.

#### **Concepción tomista de la educación**

En el contexto del humanismo cristiano, Tomás de Aquino define la educación como “conducción progresiva y promoción hasta el estado perfecto de hombre en cuanto hombre”;

esto significa que el educando debe ser guiado por etapas y en sentido ascendente hasta alcanzar el nivel de excelencia (“perfección”), capacidad personal para asumir su proyecto de vida y las exigencias de la convivencia, para actuar responsablemente en cada situación. Esta capacidad personal auto-directiva puede lograrse mediante una relación dinámica e interactiva que favorezca el papel protagónico del estudiante de cara a su compromiso ético-político.

### **Dimensiones de la acción**

Desde la perspectiva tomista, alcanzar la excelencia es madurar en la capacidad de acción en sus cuatro dimensiones: comprender (visión racional estructurada), obrar (acción conforme a valores éticos), hacer (acción transformadora y productora) y comunicar (interacción a través de los diferentes lenguajes), cuatro hábitos operativos o competencias para responder a las diversas situaciones y que implican, entre otros dinamismos, memoria histórica y de las experiencias adquiridas, claridad de fines y de medios, pronta atención a las coyunturas, investigación progresiva, habilidad previsiva, examen de las circunstancias y precaución en las complejidades.

### **Capacidad de acción y valores**

Para que haya claridad en la elección de fines y medios, la capacidad de acción exige aptitud estimativa o valorativa, según la perspectiva desde la cual se comprende la existencia humana.

En la perspectiva cristiano-tomista, explicitada en la misión y en el Proyecto Educativo Institucional, la vida humana y la dignidad de la persona son los valores fundantes de los demás valores: plenitud personal (desarrollo de todas las potencialidades individuales), libertad en situación, responsabilidad, solidaridad, justicia, bien común, paz y verdad. Los

dos primeros valores derivados tienen que ver con el ideal de vida de cada tomasino. Los seis últimos se presentan como valores de la vida colectiva.

### **Formación integral y plexo de valores**

Estos valores exigen de la USTA “promover la formación integral”, tanto el desarrollo de las aptitudes personales como el compromiso con la vida social; la integración del saber hacer profesional con el saber obrar de la madurez ética. Los valores de desarrollo personal y los de convivencia no funcionan de manera aislada, sino en plexo, es decir, como red de elementos entrelazados. Este sistema de valores exige que los miembros de la Institución aprendan a hacerse cargo de sus proyectos existenciales y de la problemática y necesidades de la sociedad y del país.

La realidad de la convivencia (vida comunitaria) y de la coexistencia (vida social) se impone precisamente porque su función es asegurar el ejercicio de los valores personales, no solo para algunos miembros de la sociedad, sino para todos. Es mandato cristiano que no haya excluidos y que se les dé preferencia proyectiva. El valor justicia abarca todas las formas de la tradición tomista (general, distributiva y conmutativa), pero privilegia la justicia distributiva, que es la “justicia social”, encaminada a incluir en los proyectos colectivos y en la participación de los bienes sociales a todo tipo de marginados o excluidos.

### **El bien común**

La tradición tomista da especial importancia al bien común, que es el valor articulador y englobante de los demás valores de convivencia o coexistencia. El bien común, en cuanto conjunto de condiciones y posibilidades de la vida compartida, debe asegurar la subsistencia y el desarrollo de la vida personal de cada colombiano y de la sociedad en general; debe ser de alcance colectivo y con poder distributivo.

La práctica de la responsabilidad, la solidaridad, la justicia y el bien común contribuyen a la construcción de la paz como resultado natural. En el humanismo cristiano, “la paz es fruto de la justicia”, que es el alma de todo auténtico bien común.

### **La construcción de la verdad**

La búsqueda de la verdad y su práctica convierte a la USTA en “pedagogo colectivo” de la sociedad y transforma a los tomasinos en agentes de valores personales y colectivos. Este valor se explicita en el lema institucional *facientes veritatem* como iluminador de los demás valores. Como la verdad no produce fragmentación ni reducción, sino integración, el *facientes veritatem* exige la presencia del plexo valorativo como red de fines interdependientes que oriente los objetivos de formación y la política curricular. De esa manera, la intención de la formación básica (disciplinaria y profesional) y de la formación institucional se mantendrá unificada en torno a idénticos propósitos y no habrá colisión u oposición de intereses. (Política curricular, 2004)

#### **1.1.4 Estructura Organizacional de la empresa**

La Universidad Santo Tomás es regentada por la antigua orden de frailes dominicos, en la cabeza visible se puede notar que su director es un fray, elegido conjuntamente en una reunión en donde todos los frailes de la orden deciden quién será el máximo representante de la institución educativa. Se elige cada tres años.

Luego de la Dirección de la universidad se puede evidenciar que los padres dominicos también manejan la sub dirección académica y financiera, además de algunas decanaturas.



**Figura 1. Estructura orgánica**

Fuente: (Ustabmanga, 2016)

### 1.1.5 Descripción de la dependencia

Radio USTA 96.2 Fm, es la emisora institucional de la universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga, forma parte de la red de radios dominicas de Latinoamérica y

también de la red de radios universitarias de Colombia. Actualmente tiene un radio de potencia que le permite llegar a varios lugares de Santander. El 7 de marzo cumplió un año de trabajo, el cual ha ido encaminado a una producción fresca y juvenil, permitiendo la participación de estudiantes, administrativos y docentes.

## **1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada**

Para elaborar el diagnóstico de la dependencia asignada, se realizó un análisis descriptivo por medio de una matriz DOFA, que permitirá identificar las debilidades,

oportunidades, fortalezas y amenazas de los procesos que se desarrollan en Radio USTA 96.2 FM Bucaramanga.

Tabla 1 Matriz DOFA

| <b>Radio USTA 96.2 FM BUCARAMANGA</b>  |  |
|--|--|
| <b>Debilidades</b>   | <b>Oportunidades</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco personal para la realización de tareas en el medio.</li> <li>• No existe un procedimiento intermedio, que permita preparar a los nuevos aspirantes de la radio.</li> <li>• Existe desinterés de algunos aspirantes en mejorar las técnicas de producción de sus programas</li> <li>• Se evidencian falencias con los métodos de preparación para un programa.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un método práctico y guía para lograr un buen programa</li> <li>• Mejorar la calidad del contenido radial</li> <li>• Recurso humano capaz de lograr buenos procesos.</li> <li>• Entorno propicio para la ejecución de nuevos y mejores programas radiales.</li> </ul>                   |
| <b>Fortalezas</b>  | <b>Amenazas</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal capacitado y con años de experiencia</li> <li>• Equipos tecnológicos de punta.</li> <li>• Buen espacio de trabajo y de práctica</li> <li>• Interés por parte del público universitario</li> <li>• Fuerte audiencia</li> <li>• Posicionamiento notable</li> <li>• Apoyo por parte de los directivos</li> <li>• Se elaboran contenidos que ayudan a la promoción de los programas académicos de la universidad.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pérdida significativa de audiencia, por el mal desarrollo de los programas.</li> <li>• Deterioro y estancamiento de la emisora.</li> <li>• Desinterés por parte de los administrativos, docentes y estudiantes, en cuanto al desarrollo de contenido radial para la emisora.</li> </ul> |

### 1.2.1 Planteamiento del problema

La Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga cuenta con una baraja de medios de comunicación internos, en los que se destaca una Oficina de Publicaciones, que se encarga

del manejo de piezas gráficas e imagen corporativa. La Unidad de Televisión, que produce todo el material audiovisual de la universidad y además desarrolla proyectos que contribuyen a la cultura de la región. Por otra parte la Emisora, Radio USTA 96.2 Fm, ésta es la más joven de los tres medios institucionales, y la que exterioriza los eventos, y actividades, de la universidad gracias a que cuenta con un dial público en Frecuencia Modulada (FM). Estos se dedican a relatar, los sucesos, actividades y logros de la institución, interna y externamente.

Hablar de la elaboración de un programa de radio, nos lleva a pensar en los componentes que conforman, el propósito u objetivo planteado, el entretenimiento, la información noticiosa, investigativa, así como la musicalización, producción o vestido, los temas que vamos a tratar, horarios, públicos y franjas.

Durante muchos años se ha visto la necesidad de preparar bien el contenido que se emite a través de los medios de comunicación, incluso, hasta antes de la eliminación de la tarjeta profesional de los periodistas, era necesaria alguna preparación para poder presentar o dirigirse a un público a través de un micrófono o frente a una cámara, por ejemplo, los que ejecutaban su trabajo en radio, como locutores, debían presentar una licencia de locución para certificar su conocimiento y preparación para cumplir dicha actividad.

En los últimos años, las exigencias han disminuido y con ellas, la calidad del contenido que vemos y oímos en televisión y radio. Cualquiera puede dar a conocer información sin ninguna preparación previa o experiencia, quizá por la cantidad de estilos, formatos y formas en los que ahora se accede a través de los medios de comunicación y esto permitió que la información fuera manipulada y parcializada.

Para el caso, Radio USTA 96.2 Fm emisora de la universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga, es una emisora universitaria, con un año de trabajo y que busca dentro de sus propósitos generar constantemente contenidos producidos por los estudiantes,

administrativos y docentes de la institución, lo que hace necesario la preparación constante de los estamentos en cuanto a creación de contenidos radiales.

Actualmente la emisora cuenta con dos profesionales de planta, una comunicadora social y un técnico operador de audio. Se producen y emiten 20 programas las 24 horas del día entre los distintos horarios y días de la semana, estos programas son realizaciones de integrantes de la universidad, pero por falta de personal es imposible orientar bien a las personas que producen el contenido para la emisora.

Por ello puede notar como el filtro de la inducción es pasado en breve para los aspirantes y colaboradores de la emisora institucional, por lo que se requiere el fortalecimiento de las diferentes técnicas y orientaciones básicas en el desarrollo de contenidos radiales, para evitar el deterioro de la audiencia interna y externa de la emisora Radio USTA 96.2 FM Bucaramanga.

En tal sentido ¿Es necesaria un herramienta, manual o guía que permita orientar paso a paso a los aspirantes y colaboradores en la realización de programas, permitiendo una identidad y un estilo al medio?

Sin duda la guía mostrará aspectos, como los manejos adecuados de la voz, postura, entonación, redacción colocación y respiración como también para la producción en la preparación de textos, de spots y la elaboración de guiones. Asimismo entregar un conocimiento previo de los equipos de la emisora, (consola, micrófonos, software, programas etc.).

Finalmente, la guía paso a paso buscará que se comprenda cómo se realiza un buen programa de radio y dará la solución al desconocimiento en los aspectos generales para la realización de contenido en Radio USTA.

### **1.3 Objetivos de la pasantía**

**1.3.1 Objetivo General** Diseño de un manual programático para la realización de contenidos radiales para la emisora de la universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

1. Identificar los diferentes tipos y estilos en la programación radial de la emisora institucional USTA 96.2 F.M.
2. Determinar los lineamientos para producción de contenidos radiales de la emisora
3. Establecer los parámetros técnicos para la realización de contenidos radiales.
4. Socializar el manual programático.

### **1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma**

Tabla 2

*Actividades a desarrollar*

| Objetivo General   | Objetivos específicos  | Actividades a desarrollar la lograr los objetivos específicos   |
|--|--|---|
| <p>Diseño de un manual programático para la realización de contenidos radiales para la emisora de la universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga</p> | <p>Identificar los diferentes tipos y estilos en la programación radial de la emisora institucional USTA 96.2 F.M.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar una reunión con la coordinadora de la emisora, el jefe de programación de la emisora.</li> <li>• Consultar con la oficina de recurso humano y planeación, las políticas con relación al propósito institucional.</li> <li>• Realizar reunión con el director de comunicaciones y audiovisuales.</li> <li>• Establecer y redactar los estilos definidos por la universidad dentro de la parrilla de programación.</li> </ul> |
|  | <p>Determinar los lineamientos para producción de contenidos radiales de la emisora radio USTA.</p>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultar fuentes bibliográficas</li> <li>• Revisar los diferentes manuales con los que cuenta la emisora.</li> <li>• Clasificar y definir pautas para la construcción de:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guiones radiales</li> <li>• Spots</li> <li>• Vestido</li> <li>• Plan de grabación</li> </ul> </li> </ul>   |
|  | <p>Establecer los parámetros técnicos para la realización de contenidos radiales.</p>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las herramientas técnicas que permitan crear y editar contenidos para la radio.</li> <li>• Instructivo en locución (Dicción, lectura, modulación, tono, micrófonos, respiración).</li> </ul>  |

---

Socializar el manual programático.

- Realizar una reunión con el jefe de comunicaciones y la dirección de la emisora para determinar de qué forma se compartirá la información.
  - Determinar con el director de comunicaciones el espacio en que se va a publicar el documento.
  - Socializar el manual con los distintos colaboradores.
- 

## Capítulo 2: Enfoques referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual

El presente proyecto representa una herramienta indispensable para la puesta en marcha de actividades y estrategias que propendan por el mejoramiento del desarrollo de productos radiales para la emisora Radio USTA 96.2 FM, entregando pautas para la solicitud de contenidos como también para el desarrollo de los mismos. Para esto es importante conocer los conceptos y contenidos que fueron desarrollados y utilizados con mayor frecuencia en la construcción de la misma.

**Spot o Cuña:** Destinado a la publicidad de un producto o servicio para cautivar al cliente. Es un comercial corto de 20 a 60 segundos.

**Promo:** Comprendido como el elemento que publicita, un producto radial; Para el caso, un programa Radial.

**Programa:** denota aquella agrupación de actividades que tanto en secuencia o simultáneas son ejecutadas por un equipo de individuos a fin de que se cumpla un objetivo. En el caso, para el estilo de Radio USTA, éste contiene un máximo de 2 horas (120 minutos)

**Vestido:** Dentro del vocablo radial, denota la referencia de producción hecha para identificar, el programa radial a realizar.

**Cortina:** Denota el fondo musical empleado para el programa radial.

**Separador:** Denota un distintivo, para identificar una sección o el nombre del espacio que está al aire.

**Pisador:** Generalmente es una voz limpia (SIN FONDO) que se coloca intencionalmente sobre las canciones para identificar el programa o la emisora que se escucha. En algunas ocasiones es usado como separador.

**Dicción o Vocalización:** Articulación de los sonidos al hablar.

**Guión:** Escrito que contiene los diálogos y las indicaciones necesarias para la realización de un programa de radio.

**Consola:** Un dispositivo electrónico al cual se conecta diversos elementos emisores de audio.

**Micrófono:** es un aparato que se usa para transformar las ondas sonoras en energía eléctrica y viceversa en procesos de grabación y reproducción de sonido; consiste esencialmente en un diafragma atraído intermitentemente por un electroimán, que, al vibrar, modifica la corriente transmitida por las diferentes presiones a un circuito.

**Pregrabado:** Grabado con anterioridad a su difusión.

**Frecuencia modulada:** La modulación de frecuencia, o frecuencia modulada (FM), es una técnica de modulación que permite transmitir información a través de una onda portadora variando su frecuencia.

**Dial:** Superficie graduada sobre la cual se mueve un indicador, generalmente una aguja, un punto luminoso o un disco que mide o señala una determinada magnitud, como peso, voltaje, longitud de onda o velocidad, y especialmente el número o emisora en teléfonos o radios.

**Zara Radio:** Es un Automatizador Radial que permite hacer las tareas de un operador de radio como es programar música, comerciales, poner efectos de sonido, insertar pisadores a las canciones, entre otros más, mucho más fácil y de manera automática, no importa si es AM, FM, RDT, o Internet.

## **2.2 Enfoque legal**

El manual de estilo radial de Radio USTA está fundamentado en la política nacional del ministerio de las TIC que determina a estos proyectos como espacios necesarios para canalizar los esfuerzos de la participación ciudadana a nivel nacional en materia de educación, desarrollo y cultura.

### **Según la Subdirección de Radiodifusión Sonora**

**NORMATIVIDAD:** De conformidad con la Ley 1341 o Ley de TIC los servicios de radiodifusión sonora en Colombia, contribuirán a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia. Además, determina que en los programas radiales debe hacerse buen uso del idioma castellano.

Por los servicios de radiodifusión sonora no podrá hacerse transmisiones que atenten contra La Constitución y las leyes de la República o la vida, honra y bienes de los ciudadanos.

Los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora, serán personas naturales o jurídicas, cuya selección objetiva, duración y prórrogas se realizarán de acuerdo con lo estipulado en la Ley de contratación pública. La concesión para el servicio de radiodifusión sonora incluye el permiso para uso del espectro radioeléctrico.

El Servicio de Radiodifusión Sonora deberá prestarse en forma continua, eficiente y en libre y leal competencia y el término de duración de las concesiones actuales y futuras para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora, será de diez (10) años prorrogables por lapsos iguales. En ningún caso habrá prórrogas automáticas ni gratuitas.

La totalidad de la programación no podrá ser transmitida o retransmitida en idiomas distintos al castellano, sin perjuicio de la garantía y el respeto por la diversidad cultural.

La Resolución 415 de 2010, "por medio de cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones" desarrolla los alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los proveedores; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio, así como su clasificación y las condiciones de cubrimiento del mismo.

Dentro de la Clasificación de las emisoras planteada por el ministerio de las TIC, Radio USTA es una emisora de interés público, Cuando la programación se orienta, a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la

nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, sin ánimo de lucro, a cargo y bajo la titularidad del Estado.

Frecuencia Modulada F.M.: Cuando la portadora principal se modula en frecuencia o en fase para la emisión de la señal

Radiodifusión digital y las nuevas tecnologías se clasifican las modalidades de transmisión digital terrestres y por satélite.(MINTIC, 2010)

### **2.2.1 Política de protección de datos de la Universidad Santo Tomás.**

**Ley de protección de datos personales.** La Universidad Santo Tomás Bucaramanga dando cumplimiento a lo establecido por la ley 1581 del 2012 y sus decretos reglamentarios ha decidido adoptar el presente documento, el cual establece las Políticas generales de tratamiento de datos personales por parte de la Universidad Santo Tomás los cuales son recaudados en desarrollo de sus funciones propias; así como también busca garantizar el derecho que poseen los titulares conocer, actualizar, modificar y suprimir los datos personales que se reposan en las Bases de Datos de la Universidad.

Lo anterior, con el fin de dar pleno cumplimiento a lo dispuesto por La Constitución Política de Colombia, la Ley 1581 de 2012, y sus decretos reglamentarios, en especial el 1377 del 2013 que en su artículo 13 ordena a las instituciones públicas y privadas adoptar y hacer público a través de sus medios de difusión una Política de Protección de Datos Personales,

que deberá establecer los derechos, y medios de control con los que cuentan los titulares y los principios orientadores con los que serán tratados los datos que recauda la Universidad.

Dentro del dicho documento el lector encontrará el papel de la Universidad Santo Tomás y como a través de sus funciones sustantivas – Docencia, Investigación y Proyección Social- actúa como Responsable del tratamiento, especificando el origen, recaudo, circulación y que tratamiento recibirán sus datos según su naturaleza de públicos, privados, semiprivados y sensibles, posteriormente se describe la tipología de las Bases de Datos que actualmente están sujetas a tratamiento por parte de la Universidad y por último se presentan los procedimientos y medios de control con los que cuentan los titulares para elevar consultas, actualizaciones, supresiones o revocatorias de autorización para el tratamiento de datos personales otorgadas a la Universidad.

La política expuesta en el presente documento han sido formulada teniendo en cuenta los lineamientos dados por la Ley 1581 del 2012, sus decretos reglamentarios 1377 de 2013 y armonizada siguiendo los conceptos emitidos por la delegatura de Protección de Datos Personales de la Superintendencia de Industria y Comercio. (LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES, 2016)

### **Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo**

#### **3.1 Presentación de resultados:**

**Objetivo específico 1.** Identificar los diferentes tipos y estilos en la programación radial de la emisora institucional USTA 96.2 F.M.

Actividad 1. Realizar una reunión con la coordinadora de la emisora, el jefe de programación de la emisora.

Para ésta actividad tuve que hablar de manera informal primero con la coordinadora y el jefe de programación, presentándoles a grosso modo mi plan de trabajo para el semestre, y relatando las falencias que había evidenciado desde mi práctica profesional, el proceso inició de ésta forma ya que el ambiente laboral es muy ameno, algo familiar.

A los pocos días envié un correo electrónico solicitando una reunión para socializar el plan de trabajo de manera oficial, la reunión fue corta. 20 minutos fueron suficientes, en la reunión acordamos que no se le presentara al director de comunicaciones hasta que tuviéramos todo listo.

En un tercer paso ya de forma sólida y hablando de manera informal se logró elaborar un manual de 25 páginas, éste fue enviado en un correo electrónico.



Figura 2. Primer correo electrónico

Fuente. Autor del Proyecto

En la cuarta etapa el manual se encontró en una socialización en donde se evidenciaron algunos errores y fue corregido para su reenvío. Además se hicieron unos aportes significativos a los capítulos según fue sugerido.



Figura 3 Segundo correo electrónico

Fuente. Autor del Proyecto

Actividad 2. Consultar con la oficina de recurso humano y planeación, las políticas con relación al propósito institucional.

Para ésta actividad revisamos quién maneja la temática y los rumbos institucionales, luego de preguntar de manera informal sobre el tema, me indicaron que la información reposa en la página oficial de la universidad [www.ustabuca.edu.co](http://www.ustabuca.edu.co)

The image shows a screenshot of the Universidad Santo Tomás website. At the top, there is a navigation bar with the university's name and logo, an accreditation logo, and a language selection tool. Below the navigation bar is a banner image showing students in a classroom setting. The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'Principios Generales' and contains a list of three principles. The right column is titled 'Nuestra Identidad' and contains a list of links for 'Misión y Visión', 'Objetivos', 'Principios', 'Símbolos', 'Valores', and 'Funciones'. Below this is a section titled 'Acerca de la Universidad'.

**Principios Generales**  
Los principios generales que orientan la Universidad Santo Tomás son:

1. Como institución autónoma, y en conformidad con los principios y leyes de la educación superior colombiana, tiene una comprensión filosófica propia del quehacer educativo, que le permite expresar su identidad a través de su Proyecto Educativo Institucional. Tiene plena facultad para darse y modificar sus estatutos y reglamentos, designar sus actividades académicas y administrativas, crear, organizar y desarrollar sus unidades y programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, científicas, culturales y de extensión, otorgar títulos, establecer sus propios criterios y mecanismos de selección de los profesores y estudiantes y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión institucional y de su función social.
2. Como católica, la Universidad Santo Tomás, para cumplir su misión, se inspira y se ilumina en el mensaje de Cristo y el Magisterio de la Iglesia, y procura el diálogo entre la fe y la ciencia. Está abierta a todos y a todo; manifiesta el carácter de universalidad y libertad que emana de su misma esencia y excluye, por lo mismo, cualquier forma de segregación y sectarismo.
3. Como entidad sin ánimo de lucro, reinvierte sus excedentes económicos en su propio desarrollo y en el mejoramiento de sus

**Nuestra Identidad**

- Misión y Visión
- Objetivos
- Principios
- Símbolos
- Valores
- Funciones

**Acerca de la Universidad**

Figura 4 Propósito institucional

Fuente. Pagina Universidad Santo Tomas

Los principios generales que orientan la Universidad Santo Tomás son: Como institución autónoma, y en conformidad y en conformidad con los principios y leyes de la educación superior colombiana, tiene una comprensión filosófica propia del quehacer educativo, que le permite expresar su identidad a través de su Proyecto Educativo Institucional. Tiene plena facultad para darse y modificar sus estatutos y reglamentos, designar sus actividades académicas y administrativas, crear, organizar y desarrollar sus unidades y programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, científicas, culturales y de extensión, otorgar títulos, establecer sus propios criterios y mecanismos de selección de los profesores y estudiantes y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión institucional y de su función social.

Como católica, la Universidad Santo Tomás, para cumplir su misión, se inspira y se ilumina en el mensaje de Cristo y el Magisterio de la Iglesia, y procura el diálogo entre la fe y la ciencia. Está abierta a todos y a todo; manifiesta el carácter de universalidad y libertad que emana de su misma esencia y excluye, por lo mismo, cualquier forma de segregación y sectarismo.

Como entidad sin ánimo de lucro, reinvierte sus excedentes económicos en su propio desarrollo y en el mejoramiento de sus recursos físicos, tecnológicos, educativos y científicos, en el bienestar humano de la comunidad universitaria y en el mejoramiento de la calidad en todos sus campos de acción.

Es propósito de la Universidad Santo Tomás brindar servicios de calidad y articular en su plan de estudios institucionales diversas disciplinas científicas, técnicas, tecnológicas y humanísticas, por exigencia intrínseca de su finalidad universalista, orientada hacia el hombre y a la humanización de la vida y para responder a las necesidades más apremiantes de su entorno social, regional, nacional e internacional.

Para un cabal logro de sus propósitos, la Universidad Santo Tomás fomenta la acción conjunta y armónica de todas sus partes y elementos constitutivos y procura la continuidad y convergencia con la misión y los objetivos de la institución.

La persona humana debe ser el principio estructural y la razón de ser del quehacer universitario. Tanto la enseñanza como la investigación y la proyección social han de encaminarse al mejoramiento de la vida de las personas y al desarrollo armónico de todas las dimensiones vitales y complementarias.

El principal agente responsable del proceso de formación integral es el mismo estudiante.

La educación, en su función socializadora, debe ayudar a desarrollar y fortalecer las actitudes y comportamientos que permitan a la persona la convivencia pacífica en comunidad, la toma de conciencia de la dimensión social de toda profesión y el desarrollo de los valores humanos pertinentes en orden al bien común

La Universidad, en cuanto generadora de conocimiento mediante la investigación y como transmisora del mismo a través de la docencia, considera la ciencia como un producto humano que debe preservar, custodiar, incrementar y difundir.

Por actuar en el medio colombiano, la Universidad Santo Tomás fomenta la identidad y valores nacionales y regionales, promueve la cultura de la justicia social, la convivencia pacífica y el desarrollo integral y solidario.(Principios Generales que orientan la Universidad, 2010)

Actividad 3. Realizar reunión con el director de comunicaciones y audiovisuales.

Para programar ésta reunión fue necesario tener listo el manual de estilo de Radio USTA, por ello fueron necesarias varias socializaciones internas, en las que se leyó el manual, se propuso incluir apartes como el de la programación de la música de manera específica, como también cambiar varias palabras y fortalecer la explicación en varios

campos. Se visualizaron algunas ideas para incluir y material para tener en cuenta en el desarrollo del mismo. Además algunas sugerencias para el diseño y diagramación.



Figura 5 Portada del manual de estilo

Fuente. Autor del Proyecto

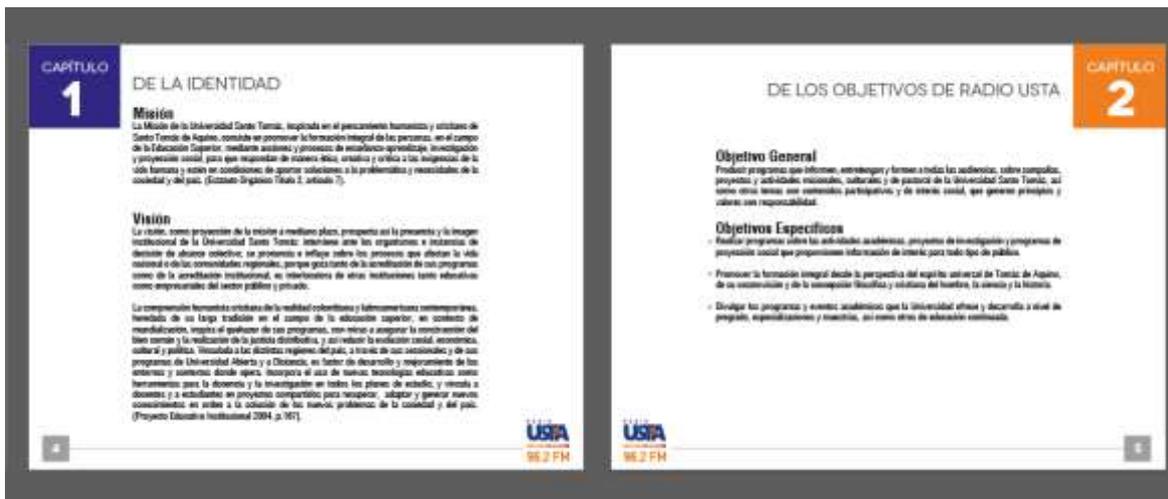


Figura 6 Capítulos 1 y 2 manual de estilo

Fuente. Autor del Proyecto

Luego de tener listas todas correcciones internas redacté un correo electrónico dirigido al Director del Departamento de Comunicaciones y Audiovisuales USTA Bucaramanga, explicándole de manera detallada el proceso y presentando de manera oficial el manual de estilo.



Figura 7 Correo electrónico Director departamento de Comunicaciones USTA

Fuente. Autor del Proyecto

Al enviar el correo electrónico, el director de comunicaciones me citó a su oficina en el campus Floridablanca de la Universidad Santo Tomás, ubicada en el segundo piso del edificio Santander. El jefe y yo releímos el manual y se decidió que éste debía llevar la información un poco menos formal, entonces el estilo cambió rotundamente en algunos capítulos, las sugerencias fueron hechas sobre todo al tema de redacción.



Figura 8 Correcciones hechas al manual luego de la reunión con el Director de Comunicaciones

Fuente. Autor del Proyecto

A parte de las correcciones hechas al tema de composición gramatical el contenido se modificó en el capítulo 10, capítulo de los formatos de solicitud, en él se incluyó el formato general de solicitudes del departamento de comunicaciones, y se direccionó a las solicitudes para servicios radiales.

De ésta forma el Director direccionó el correo a la coordinación de la emisora para comenzar el trámite de una re edición del manual de estilo, solicitando una corrección del estilo.



Figura 9 Correo, Manual de estilo aprobado por el director de Comunicaciones

Fuente. Autor del Proyecto

De la misma manera solicitó que se tenga en cuenta el actual diseño del manual.



Figura 10 Correo 2, Solicitud de mantener el diseño actual

Fuente. Autor del Proyecto

Desde la coordinación de Radio USTA se solicitó al Cedii (Centro de diseño de imagen interinstitucional) la corrección de estilo del Manual.



Figura 11 Solicitud de corrección de estilo Manual.

Fuente. Autor del Proyecto

Actividad 4 Establecer y redactar los estilos definidos por la EMISORA dentro de la parrilla de programación.

Para la realización de ésta actividad fue necesario revisar la parrilla de programación, en ésta encontramos varios tipos de programas hablados, algunos musicales y franjas de música con presentación.

Además se tuvo en cuenta que el rumbo de la emisora está enfocado en el público joven y adulto con franjas musicales y programas sobre las temáticas habituales de la sociedad, vistas desde un punto académico.

**PARRILLA DE PROGRAMACIÓN**



| PROGRAMA   | LUNES   | MARTES                | MIÉRCOLES                     | JUEVES                      | VIERNES               | SABADO            | DOMINGO           |
|------------|---|-----------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------|-------------------|-------------------|
| 12:00 a.m. | Fusión Latina   | Fusión Latina         | Fusión Latina                 | Fusión Latina               | Fusión Latina         | Fusión Mundo      | Fusión Mundo      |
| 1:00 a.m.  | Tropical  | Tropical              | Tropical                      | Tropical                    | Tropical              | Electrónica       | Fusión Latina     |
| 2:00 a.m.  | Bolero  | Bolero                | Bolero                        | Bolero                      | Bolero                | Pop Anglo         | Fusión Latina     |
| 3:00 a.m.  | Bolero  | Bolero                | Bolero                        | Bolero                      | Bolero                | Bolero            | Bolero            |
| 4:00 a.m.  | Encuentros con Dios (Rosario / Evangelio / Himno) / Música Evangélica |                       |                               |                             |                       |                   |                   |
| 5:00 a.m.  | Hombres de Aço  | Bolero                | Encuentros con Dios y Rosario | Bolero                      | ¿A Qué Hora?          | Bolero            | Bolero            |
| 6:00 a.m.  | Himno Nacional de Colombia / Himno Universidad Santo Tomás            |                       |                               |                             |                       |                   |                   |
| 6:05 a.m.  | Pop Latino  | Pop Latino            | Pop Latino                    | Pop Latino                  | Pop Latino            | Vallenato Clásico | Vallenato Clásico |
| 7:00 a.m.  | Fusión Latina   | Fusión Latina         | Fusión Latina                 | Fusión Latina               | Fusión Latina         | Merengue          | Música Colombiana |
| 7:30 a.m.  | El Despertador de RADIO USTA 96.2 FM                                  |                       |                               |                             |                       |                   |                   |
| 8:00 a.m.  | Pop Latino  | Pop Latino            | Pop Latino                    | Pop Latino                  | Salsa                 | La Noche          | Bolero            |
| 9:00 a.m.  | Fusión Mundo  | Fusión Mundo          | Fusión Mundo                  | Fusión Mundo                | Salsa                 | Fusión Latina     | Bolero            |
| 10:00 a.m. | Fusión Mundo  | Fusión Mundo          | 11:00 a.m. Conexión del día   | 11:00 a.m. Conexión del día | Retro Merengue        | Rock del Mundo    | Merengue Clásico  |
| 10:30 a.m. | Rock Clásico (Bolero)   | Retro Anglo           | Fusión Mundo                  | Reggae                      | Fusión Mundo          | Bolero            | Jazz              |
| 1:00 p.m.  | Pop Anglo   | Pop Anglo             | Pop Anglo                     | Pop Anglo                   | Pop Anglo             | Bolero            | Blues             |
| 2:00 p.m.  | Fusión Latina   | Fusión Latina         | Fusión Latina                 | Fusión Latina               | Fusión Latina         | Pop Latino        | Mambo             |
| 3:00 p.m.  | Pop Latino  | Corpo de Aventura     | Pop Latino                    | Pop Latino                  | Pop Latino            | Fusión Latina     | Salsa             |
| 4:00 p.m.  | En Todo Bolero  | Pop Latino            | Rock del Mundo                | La Fijación                 | La Carretera del Gato | Fusión Mundo      | Pop Latino        |
| 5:00 p.m.  | Para la Tarde con RADIO USTA 96.2 FM                                  |                       |                               |                             |                       | Fusión Mundo      | Pop Anglo         |
| 6:00 p.m.  | Himno Nacional de Colombia / Himno Universidad Santo Tomás            |                       |                               |                             |                       |                   |                   |
| 6:05 p.m.  | Retro   | Fusión Mundo          | Fusión Mundo                  | La Noche                    | Vallenato de Salsa    | Retro Anglo       | Retro Anglo       |
| 7:00 p.m.  | Sin Miedo   | Misera de Esmeralda   | Tu Vida es un Amor            | Pop Anglo                   | Pop Anglo             | Reggae            | Retro Anglo       |
| 8:00 p.m.  | Rock Clásico (Bolero)   | Rock Clásico (Bolero) | Rock Clásico (Bolero)         | Rock Clásico (Bolero)       | Mix USTA              | Mix USTA          | Mix USTA          |
| 9:00 p.m.  | Electrónica   | Electrónica           | Electrónica                   | Electrónica                 | Fusión Mundo          | Fusión Mundo      | Fusión Mundo      |
| 10:00 p.m. | Reggae  | Reggae                | Reggae                        | Reggae                      | Retro Anglo           | Electrónica       | Electrónica       |
| 11:00 p.m. | Fusión Latina   | Fusión Latina         | Fusión Latina                 | Fusión Latina               | Fusión Latina         | Electrónica       | Electrónica       |

NUESTROS PROGRAMAS  
 FRANJA MUSICAL



Figura 12 Parrilla de programación

Fuente (Radio USTA, 2017)

Teniendo en cuenta que mi puesto oficial en la emisora es el de programador y editor, tengo claro qué se hace y cómo se hace. Fue sencillo comprender que los estilos de radio USTA son los siguientes

**Magazín:** Espacio de radio transmitido de forma diaria (Lunes a viernes) en el que se tratan asuntos de distintos temas y de forma variada, además se hace de forma fresca y alegre.

**Programa especializado:** Estos centran su atención en un tema en específico, además pueden ser musicales o hablados.

- **Musical.** Centran su atención en la música, o para el caso un género musical en específico.

- **Hablado.** Centra su atención en un tema de interés. Ejemplo: la economía.

**Programa de análisis:** Estos suelen tratar diversos temas, con la consigna de tener apoyo profesional en los temas tratados

**Franjas musicales:** Estos son programas que hacen énfasis en la música y que suenan dependiendo de lo que está indicado en la parrilla de programación. El presentador o locutor deberá estar actualizado, no solo sobre los géneros musicales, sino también sobre las tendencias artísticas actuales, abordadas por supuesto desde los géneros radiofónicos.

Además se puede evidenciar que los productores tienen acceso a habilidades propias para desarrollar dichos programas, cuando hablo de habilidades propias me refiero a la utilización de géneros periodísticos como: una entrevista, una nota o un informe especial.

**Objetivo específico 2.** Determinar los lineamientos para producción de contenidos radiales de la emisora Radio USTA

Actividad 1. Consultar fuentes bibliográficas.

Para esta actividad pensó primero en todas las emisoras de corte público que existen en el país, ¿Cómo funcionan? Para hacer menos complicado el trabajo, decidí entrar a dos de las emisoras de corte público que existen en nuestro país, Señal Radionica y Señal Radio Colombia, en sus manuales hallé mucho más de lo que esperaba, lo cual sirvió de mucha ayuda para comenzar con nuestro manual, de primera mano noté que éstos manuales insisten en el uso del lenguaje, evitan que éste cause violencia de cualquier tipo, lo cual muestra su fuerte posición a la inclusión, siendo los medios de todos.

Por otra parte noté sus especificaciones de forma general con respecto al manejo de los programas, los manuales entregan indicaciones, pero no ahondan en el tema demasiado.

### Manual de producción y estilo del sistema de medios públicos Radionica



Figura 13 Manual de estilo Radionica

Fuente (Manual de estilo, 2010)

**Manual de producción y estilo del sistema de medios públicos, Radio Nacional de Colombia.**



Figura 14 Manual Radio Nacional de Col

Fuente (Manual de estilo Radio Nacional, 2010)

La radio institucional, para el caso, la radio Universitaria, en nuestro país tiene un ente rector. La RRUC o Red de Radios Universitarias de Colombia entrega unos parámetros básicos (documentos públicos) en donde muestra lo que una emisora de corte universitario debe tener y como lo debe hacer.



Figura 15 RRUC

Fuente (Documentos publicos RRUC, 2016)

Actividad 2. Revisar los diferentes manuales con los que cuenta la emisora.

Revisar los manuales o guías con los que cuenta radio USTA me mostró que si existe un manual de estilo, pero que éste no cumple con los parámetros de un manual de radio pública, además no cuenta con una guía que muestre detalladamente todo el proceso de creación de contenido de la emisora y tampoco deja evidencia del rumbo musical de la misma.



Figura 16 Manual de estilo página 1

Fuente. Autor del Proyecto

## Contenido

1. Presentación
2. Objetivos de la emisora
3. Principios de la emisora
4. Lineamientos de los programas
5. Temáticas radiales
6. Aspectos técnicos

Figura 17 Manual de estilo página 2

Fuente Autor del Proyecto

Actividad 3. Clasificar y definir pautas para la construcción de elementos radiales.

Para ésta actividad, se tuvo en cuenta que la emisora, no tiene establecidos unos parámetros oficiales de trabajo y que tampoco cuenta con formatos que lleven un histórico o un registro de cómo se hacen los guiones, como solicitar acompañamiento o como hacer una cuña radial.

Fue necesario que se contara de manera detallada todo el proceso de construcción de estos elementos, partiendo de que la emisora en la actualidad no cuenta con un formato formal en el cual las personas puedan plasmar que están interesadas en que la ésta publicite algún evento de la institución.

Dentro del manual fueron incluidos los pasos y las explicaciones de la siguiente manera:

- **Guiones radiales**

En la figura se encuentra un guion básico; puede realizarse como los productores del programa se sientan cómodos. Es decir, el guión se realiza según se crea conveniente por el productor o encargado del espacio radial.

Sugerimos que el programa tenga una persona que dirija el desarrollo del mismo, y presente a sus compañeros, como podemos observar en la figura de Guion, el Locutor 1 es quien lleva la conducción del programa.

Tabla 3 Guion

---

|                 |                       |                                    |
|-----------------|-----------------------|------------------------------------|
| <b>PROGRAMA</b> | <b>EL DESPERTADOR</b> | <b>Duración</b><br><b>Una hora</b> |
|-----------------|-----------------------|------------------------------------|

| <b>Segmento</b>  | <b>Contenido</b>   |
|------------------|--|
| <b>Locutor 1</b> | <p>Qué tal amigos, muy buenos días, sean bienvenidos a un programa más del despertador, ya está listo todo el equipo de trabajo, Locutor 2, locutor 3 y quien les habla locutor 1.</p> <p>Los queremos invitar a que nos sigan en nuestras redes sociales Radio USTA 96.2 FM en Facebook y de seguir nuestra señal en <a href="http://www.ustabuca.edu.co">www.ustabuca.edu.co</a></p> <p>Entremos en materia y saludamos primero a la mesa de trabajo, ¿Qué tal Locutor 2 (Seg 4 minutos)</p> |
| <b>Locutor 2</b> | Muy bien, estoy feliz por acompañarlos nuevamente, hoy el programa está muy interesante (Seg 2 minutos)  |
| <b>Locutor 1</b> | ¿Y el Locutor 3 cómo está hoy? (Seg 30 segundos)   |
| <b>Locutor 3</b> | Todo anda de maravilla y como dijo el locutor 2, es un placer estar acá. (Seg 2 minutos)   |
| <b>Locutor 1</b> | Retoma y continúa con el desarrollo del programa. (Seg 2 minutos)  |

De esa manera se presentó el primer formato de guión, luego hicimos una segunda propuesta que contaba ya con el logo de la emisora y por supuesto de la universidad. Lo que nos encontramos fue que el proceso para la aprobación de ese formato es demorada.

Acá está ese segundo ejemplo:

| Nombre del Programa: |                  | Fecha de emisión: | Realización: |  |
|----------------------|------------------|-------------------|--------------|--|
| Orden de Entradas    | Contenido en Off | Observaciones     | Tiempo       |  |
| Locutor 1.           |                  |                   |              |  |
| Locutor 2.           |                  |                   |              |  |
| Canción              |                  |                   |              |  |
| Locutor 1.           |                  |                   |              |  |
| Locutor 2.           |                  |                   |              |  |

Tabla 4 Segunda propuesta de guion literario para el manual

Fuente. Radio usta

- **Spots o Cuñas**

Destinado a la publicidad de un producto o servicio para cautivar. Es un comercial corto de 20 a 60 segundos.

Radio USTA 96.2 FM tiene como objetivo producir programas que informen, entretengan y formen a todas las audiencias, sobre campañas, proyectos y actividades misionales, culturales y de pastoral, de la Universidad Santo Tomás, así como otros temas con contenidos participativos y de interés social, que generen principios y valores con responsabilidad.

Tabla 5 Solicitud de cuñas

| <b>FORMATO DE SOLICITUD DE CUÑAS O SPOTS</b> |   |   |  |
|--|---|---|--|
| <b>Nombre del solicitante</b>                |   | <b>Fecha</b>  |  |
| <b>Cargo</b>                                 |   | <b>Departamento</b>   |  |
| <b>Correo electrónico</b>                    |   |   |  |
| <b>Recomendaciones:</b>                      |   |   |  |
| <b>Tema</b>                                  | <b>Texto de la cuña</b>   | <b>Duración al aire</b>                                       |  |
| <b>¿Qué se va a promocionar?</b>             | <b>La cuña o Spot debe responder los siguientes parámetros, ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? Además la solicitud debe hacerse con mínimo 3 días de anticipación.</b> | <b>Fecha de inicio y fecha de salida de la cuña o el spot</b> |  |

Fuente. Autor del Proyecto

Este formato luego de la reunión con el director de comunicaciones se modificó por el formato ya establecido en la Universidad. En el manual de estilo de la emisora se explica cómo llenarlo para solicitar servicios para radio USTA.

|  |                           |                                     |
|--|---------------------------|-------------------------------------|
|  <b>UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS</b><br><small>PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA</small><br><small>BUENAERAS</small> | GESTIÓN DE COMUNICACIONES | VERSION: 01                         |
|  | PRODUCCIÓN DE MEDIOS      | CÓDIGO: F-GC-03-01<br>Página 1 de 1 |

**1. DATOS DEL SOLICITANTE** Fecha de la solicitud: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: \_\_\_\_\_ Dependencia: \_\_\_\_\_

Teléfono o extensión de contacto: \_\_\_\_\_ Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Nombre del trabajo: \_\_\_\_\_

**2. INFORMACIÓN DE LA SOLICITUD**

*Descripción de los datos del material audiovisual e información que se requiere divulgar*

Fecha inicio de la publicación: \_\_\_\_\_ Fecha finalización de la publicación: \_\_\_\_\_

**3. SERVICIO DE PRODUCCIÓN**

**TELEVISIÓN:** Registro fotográfico  Video institucional  Cuña publicitaria

**RADIO:** Cuña publicitaria  Transmisión en vivo

**MEDIOS DIGITALES:** Publicación en redes sociales  Envío de mailing  \*Campania comercial en redes sociales

\*Las campañas en las redes sociales institucionales que requieran inversión se deben solicitar con 15 días de anticipación al Departamento de Promoción y Mercadeo con aprobación del presupuesto de la Vicerrectoría Administrativo Financiera.

**4. APROBACIÓN DEL PRODUCTO FINAL**

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <i>Firma del solicitante</i> | <i>Firma del Director de Comunicaciones</i> |
|                              |   |
| <i>Fecha:</i> ____/____/____ | <i>Fecha:</i> ____/____/____                |

**5. CONDICIONES DEL SERVICIO**

Para garantizar la calidad del producto y su entrega oportuna, la solicitud del servicio se debe realizar por lo menos con 10 días hábiles de anticipación a su publicación. El cumplimiento de los tiempos está sujeto a modificaciones del material por parte del solicitante.

**6. OBSERVACIONES**

Figura 18 Formato de solicitud de servicios comunicacionales

Fuente. Universidad Santo Tomas

- **Vestido:**

La grabación de la voz es realizada por la voz que identifica a la emisora.

Dentro del vocablo radial, denota la referencia de producción hecha para identificar la emisora o el programa radial a realizar.

**Cortina:** Denota el fondo musical empleado para el programa radial. (CORTINA)

**Separador:** Denota un distintivo, para identificar una sección o el nombre del espacio que está al aire. (SEP)

**Pisador:** Generalmente es una voz limpia (SIN FONDO) que se coloca intencionalmente sobre las canciones para identificar el programa o la emisora que se escucha. En algunas ocasiones es usado como separador. (PISA)

Presentación: Identifica el inicio de cada programa (PRES)

- **Plan de grabación**

**Grabación:** Como el programa que planeen hacer es nuevo, lo ideal es hacer un pregrabado, así que para hacer un buen pregrabado es necesario tener en cuenta lo siguiente:

**Imprime el Guión (si es necesario):** Al imprimir el guion tengan en cuenta que la letra sea legible y de buen tamaño. Recomendamos usar papel reciclable, ya que el libreto será usado en una sola ocasión. No grape las hojas, o el movimiento de éstas al pasarlas de un lado a otro quedará en la grabación.

**Apague su celular o active el silencio:** Grabar no es sencillo, así que si suena un celular, se deberá repetir todo, lo cual seguro, incomodará a los compañeros en la mesa. (No usar el modo vibrador)

**Postura:** Lo ideal es sentarse cómodamente, recuerde que va a estar más de media hora en el mismo lugar.

La distancia frente al micrófono es de mínimo cuatro dedos. Sabemos que todas las voces no son iguales, por eso habrá alguien orientando lo que se debe hacer.

**Objetivo específico 3.** Establecer los parámetros técnicos para la realización de contenidos radiales.

Actividad 1. Determinar las herramientas técnicas que permitan crear y editar contenidos para la radio.

Para ésta actividad se revisó qué programas son los más destacados dentro del trabajo diario en radio USTA, la programación de todo lo que suena en la emisora es manejada por un automatizador gratuito, simple y fácil de operar. Conociendo éste programa sabremos en gran parte cómo se pueden realizar contenidos para radio.

**Zara Radio:** Zara Radio es un programa gratuito diseñado para automatizar la emisión de música, de publicidad, de programas grabados. Su cometido es reproducir una lista de archivos de audio elaborada por el usuario.

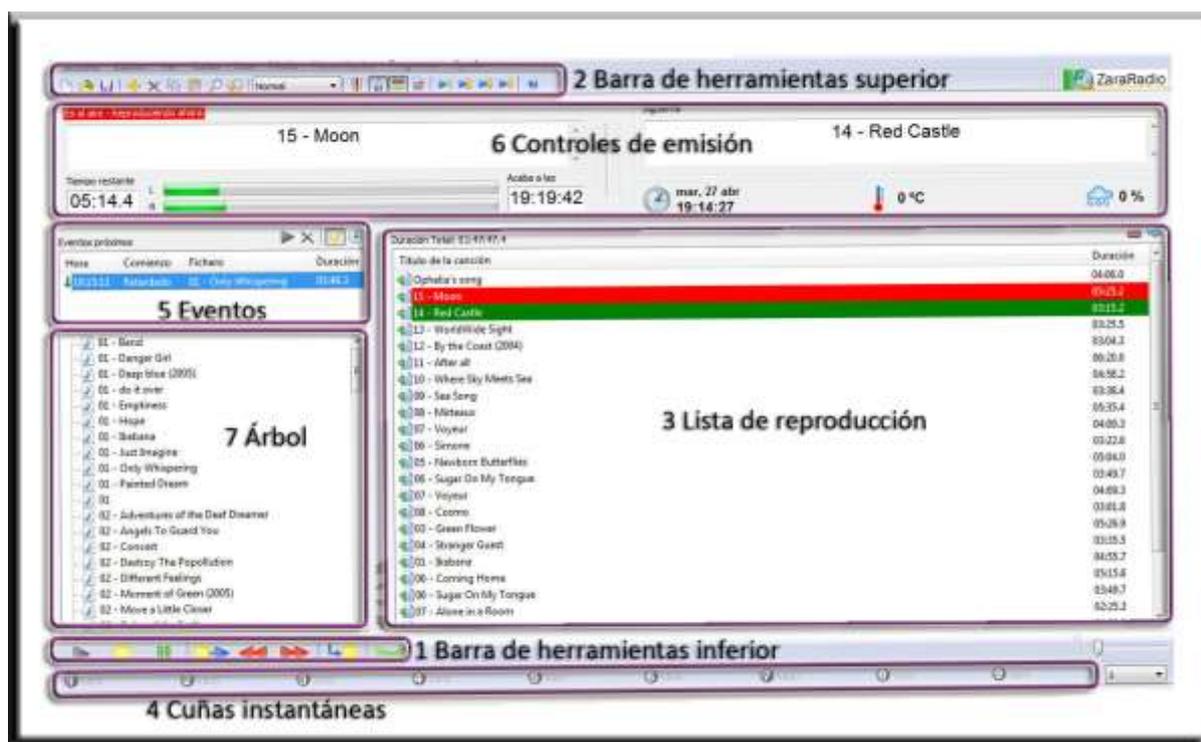


Figura 19 Esquema Zara Radio

Fuente. Radio Usta

Dentro la jerarquización aparece un segundo programa, éste es el obrero de la radio, un programa habitual en la creación de contenido “tangible”. Dentro del manual hace una pequeña aparición, ya que la idea no es que los colaboradores editen sus programas.

**Adobe Audition:** Audition CC6, es la versión más reciente editor de audio digital de la empresa Adobe, con él se puede editar y crear audio de una manera relativamente sencilla, pues tiene una interfaz intuitiva. Además es un programa muy versátil porque permite editar audio con ondas Multipista de forma no destructiva y también de forma destructiva.

**Edición de Audio Básica** Cuando se habla de editar audio de una manera básica, normalmente se habla de seleccionar y cortar porciones de un archivo de audio, eliminar “partes” no deseadas, normalizar la pista (limitar el volumen máximo), agregar efectos simples como reverb, eco o delay, así como los famosos incrementos o decrementos graduales del audio al inicio (fade in) o al final (fade out), grabar voz, incluso, extraer las pistas de audio de CDs y DVDs, entre otras cosas.



Figura 20 Esquema adobe auditionTrack

Fuente. Radio Usta

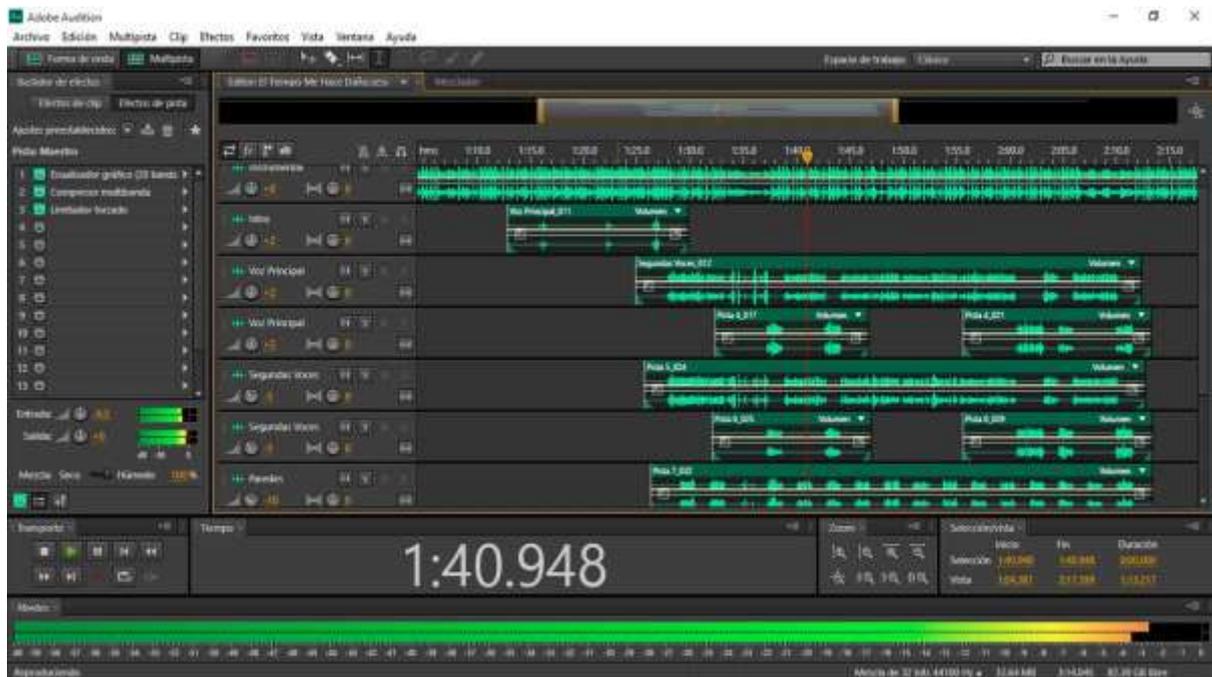


Figura 21 Esquema Additionmulti track

Fuente. Autor del Proyecto

Actividad 2. Instructivo en locución (Dicción, lectura, modulación, tono, micrófonos, respiración).

Para la actividad del manejo de la voz se revisó cuáles eran esos ejercicios más sencillos y prácticos para una locución adecuada. Dentro del manual se hizo una apertura práctica para que las personas en éste caso los productores y colaboradores comprendieran de una forma más sencilla y se motivaran a calentar una vez antes de cada programa o cada grabación.

Además se explicó cómo realizar dichos ejercicios a cada uno.

**Calienta la voz:** Los deportistas calientan un cuarto de hora antes del partido para preparar la musculatura y disputar el encuentro. Incluso los carros y las motos realizan una vuelta de calentamiento para ponerse a punto para competir. Y los que hacemos radio no

estamos exentos de los ejercicios, por eso si vamos a hablar con intención por mucho tiempo es necesario calentar nuestra voz.

### **Estiramientos**

Con los pies ligeramente separados, levantamos los brazos hacia el techo. Con una mano nos sujetamos la muñeca del otro brazo y tiramos de ella hacia arriba estirando la musculatura del lado del brazo sujetado. Mantenemos la tensión durante unos segundos y relajamos.

A continuación cambiamos de mano y estiramos el lado opuesto. Podemos realizar dos o tres repeticiones del ejercicio completo.

### **Musculatura Facial**

#### **Ejercicio 1**

Desplazamos la lengua por el interior de la boca presionando las paredes laterales de modo que desde fuera aparezca un bulto en nuestra mejilla.

#### **Ejercicio 2.**

Nos masajeamos ambos pómulos y mejillas repetidamente (evidentemente por fuera) para activar toda la musculatura facial.

### **Presión abdominal**

Inspirar y a continuación expulsar el aire con mucha presión por la boca casi cerrada (podemos hacerlo con un (PSSSSS, FFFFFFF) mientras controlamos con la mano presionando el abdomen, que la presión se mantenga constante.

Repetir el ejercicio entre 2 y 3 veces.

### **Vibración de la lengua y los labios**

Consiste en una serie de ejercicios para poner en forma tanto la lengua como los labios.

Para realizar el calentamiento de la lengua, debes respirar profundamente y luego pronunciar la letra R, causando vibración en ésta, hasta agotar el aire.

Para realizar el calentamiento en los labios debes respirar profundamente y expulsar el aire uniendo los labios con un movimiento rápido similar al que emite un motor.

**Objetivo Específico 4:** Socializar el manual programático a los colaboradores y aspirantes de radio USTA

Actividad 1. Realizar una reunión con el jefe de comunicaciones y la dirección de la emisora para determinar de qué forma se compartirá la información.

En ésta actividad nos encontramos que se iba a realizar de la misma forma que se elaboró el primer manual. Un libro de varias páginas, elaborado de manera digital y con diseños frescos y agradables, además con los colores de la emisora de la universidad Santo Tomás. El manual contiene 10 capítulos, encontrándonos con un capítulo sobre la identidad de la emisora, otro sobre objetivos internos de Radio USTA, principios como emisora, así como también terminología de compresión interna. Además con aspectos internos como el manejo de la música, programación y la realización de contenido, como también la realización de un programa.

El diseño del manual se hizo con base en los colores institucionales de la emisora, esto con el fin de lograr una apariencia mucho más apropiada del medio. Por otra parte, cuenta con unos gráficos más alegres, con el fin de hacerlo más atractivo. Y mostrar gráficamente el slogan de la emisora “Más música más diversión”.

Para el diseño se entregaron unas ideas al diseñador gráfico de la Universidad Santo Tomás Jhon Jairo Blanco Pabón.



Figura 22 Correo a el diseñador gráfico

Fuente. Autor del Proyecto

De igual forma el diseñador gráfico respondió el mensaje tan pronto terminó la realización del manual de estilo.



Figura 23 Correo respuesta del diseñador gráfico

Fuente Autor del Proyecto

Este proceso arrojó una propuesta grafica que cuenta con algunos detalles básicos sobre el color y la diagramación, el manual fue sometido esta vez para su corrección de diseño en donde fueron incluidas otras piezas y aspectos como el logo institucional y demás.

El Manual está diagramado a 1 columna, central, paginación inferior a extremos y en el otro extremo identificando a la emisora con el logo

Diseño de la portada y contraportada con elementos de comunicación, siempre manteniendo los colores institucionales de la universidad y la emisora.

La tipografía: Helvética Condensed – Regular.

Puntos (Tamaño): 13

Colores.

Azul: C: 100% M: 100% Y: 0% K: 0%



Figura 24 Color 1 Manual de estilo

Fuente. Autor del Proyecto

Naranja: C: 0% M: 60% Y: 91% K: 0%

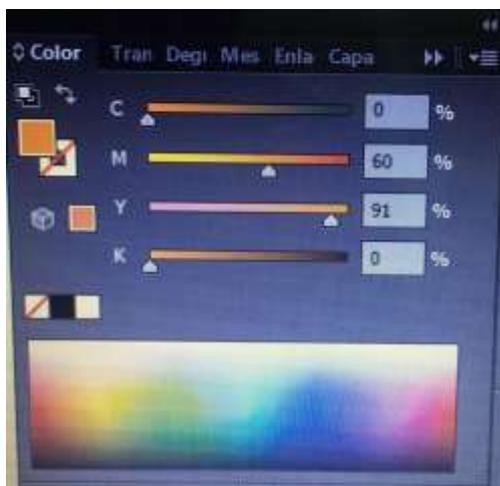


Figura 25 Color 2 Manual de estilo

Fuente. Autor del proyecto

Actividad 2. Determinar con el director de comunicaciones el espacio en que se va a publicar el documento.

La publicación se hará de manera digital en formato PDF en la página [www.ustabuca.edu.co](http://www.ustabuca.edu.co) compartido Radio USTA. Teniendo en cuenta que el pasado manual estaba publicado de la misma manera.



Figura 26 Pagina web emisora Radio USTA

Fuente. Autor del proyecto

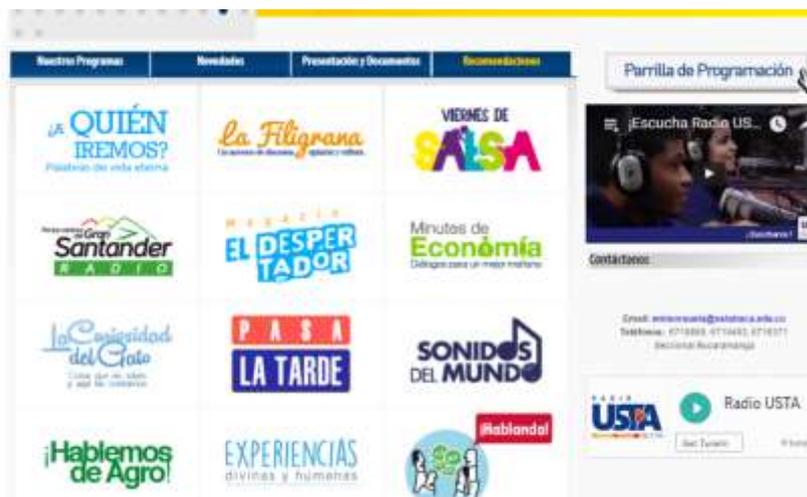


Figura 27 Pagina web emisora Radio USTA

Fuente. Autor del Proyecto



Figura 28 Pagina Web emisora Radio USTA

Fuente. Autor del Proyecto

Actividad 3. Socializar el manual con los distintos colaboradores.

Para ésta actividad se han presentado varios inconvenientes. En el desarrollo del manual se ha tenido la oportunidad de explicar de manera informal lo que se quiere lograr, con el mismo y cómo va a ser publicado, también los aspectos que aborda y la importancia de tenerse en cuenta.

Algunos de los problemas, es que el manual se demora mucho en las instancias en que se presenta, el manejo de imagen corporativa es un tema muy delicado y ha requerido de varios aspectos a evaluar, también el tema de derechos de autor y demás.

Las socializaciones con los productores se a complicado y teniendo en cuenta que la mayoría son docentes y estudiantes, y que estamos en temporada de exámenes finales el tiempo se cruza para muchos y ha sido imposible reunirlos, hasta el momento. El plan de esta socialización es solicitar un auditorio de la universidad y hacer una reunión de unos 45 a 60 minutos en donde se exponga las virtudes y ventajas del manual de estilo.

Por otra parte el manual también fue sometido en varias ocasiones a evaluación por parte de los integrantes del equipo de la emisora, y teniendo en cuenta los aspectos que implican las exigencias de MINTIC.

Semanas después y luego de enviar y presentar los documentos en ventanilla única en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, me dieron respuesta en las instancias en donde el Manual de Estilo estaba siendo sometido a evaluación y éste fue aprobado, cuando fue aprobado, de inmediato solicite un espacio para su socialización, cuando lo hice se me aprobó, hice las citaciones respectivas pero me encontré con la sorpresa de que la mayoría de los integrantes estaban de vacaciones y que les era imposible venir, más sin embargo hice la respectiva socialización.

| UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA<br>INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES LINGÜÍSTICAS Y LINGÜÍSTICAS |                            | DIRECCIONAMIENTO ACADÉMICO |           | VERSIÓN                                  |
|--|----------------------------|----------------------------|-----------|--|
| ASISTENCIA A ACTIVIDADES   |                            |                            |           | 01<br>CODIGO<br>E-04-02<br>Página 1 de 1 |
| DEPENDENCIA/ ORGANISMO:  |                            | FECHA:                     | SEMESTRE: |  |
| Departamento de Gramática  |                            | 2 de Julio 2018            |           |  |
| HORA INICIO:   | HORA FINAL:                | LUGAR:                     |           |  |
| 10:00 a.   | 12:00 p.                   | Edificio Leticia Ocho      |           |  |
| ACTIVIDAD:   |                            | RESPONSABLE:               |           |  |
| Organización de programas II 2018  |                            | Ana E. Silveira            |           |  |
| PARTICIPANTES  |                            |                            |           |  |
| N  | NOMBRE                     | DOCUMENTO                  | FIRMA     |  |
| 1  | Jose E. Vargas Bayona      | 1391720                    | [Firma]   |  |
| 2  | Marcela Andrade Rodriguez  | 63'451'754                 | [Firma]   |  |
| 3  | Luis Fernando Perico       | 91251018                   | [Firma]   |  |
| 4  | Luis Alfredo Mantilla F.   | 13917908                   | [Firma]   |  |
| 5  | Elmer David Román Cárdenas | 111592391                  | [Firma]   |  |
| 6  |                            |                            |           |  |
| 7  |                            |                            |           |  |
| 8  |                            |                            |           |  |
| 9  |                            |                            |           |  |
| 10   |                            |                            |           |  |
| 11   |                            |                            |           |  |
| 12   |                            |                            |           |  |
| 13   |                            |                            |           |  |
| 14   |                            |                            |           |  |
| 15   |                            |                            |           |  |
| 16   |                            |                            |           |  |
| 17   |                            |                            |           |  |
| 18   |                            |                            |           |  |
| 19   |                            |                            |           |  |
| 20   |                            |                            |           |  |

Figura 29 Asistencia a la socialización del manual de estilo.

Fuente. Autor del Proyecto

### 3.2 Actividades Complementarias

Durante la época de pasantía además del manual de estilo, se realizaban actividades de vital importancia que obligaban un porcentaje de mayor atención en comparación con el manual, entre esos estaban las labores de locución, de lunes a viernes de 7:30 a.m. a 9:00 a.m. en un programa tipo magazine de nombre EL DESPERTADOR, este maneja aspectos informativos, clima, pico y placa, reportes de movilidad, canasta familiar, noticias de la universidad, informaciones destacadas en el panorama internacional, nacional y local.



Figura 30 Programa EL DESPERTADOR

Fuente. autor del Proyecto

Para este programa, es necesario realizar un trabajo investigativo que se hace durante las tardes y temprano en la mañana. Además realizar entrevistas durante el programa o previamente, sobre todo de los eventos en donde la Universidad Santo Tomás está inmersa.

El DESPERTADOR es el programa más destacado en demás de actualidad institucional de la universidad y por eso ha requerido de mucha atención.

Otra de las labores de realización de contenido para Radio USTA es la locución y presentación de música de 10:00 a.m. a 12:00 a.m. también de lunes a viernes, en esas dos horas presento la música pactada ya en la parrilla de programación y en medio de esto hago difusión de las distintas actividades del día, o que se van a realizar pronto, como las siguientes:

**SÁBADO  
1 DE ABRIL**  
2:00 P.M. A  
6:00 P.M.

**Lugar:**  
Cancha Camuneros  
(Parque Cristo Rey)

**¡Ven y celebra  
con nosotros!**

Vacunación canina    Danzas    Corte de cabello  
Odontología    Optometría    Toma de tensión arterial

Y muchos servicios más **GRATIS**

**Organiza:** Red de Apoyo Comuneros "Por un bienestar integral familiar"

Apoyan:

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
BOGOTÁ

Secretaría de Educación    Secretaría de Salud

ISABU  
Instituto Superior de la Salud y la Nutrición

JAC 3

Figura 31 Anuncios al aire 1

Fuente. Autor del proyecto



Figura 32 Anuncios al aire 2

Fuente. autor del Proyecto



# NÚCLEO DE CAPACITACIONES

**VIERNES 17**  
DE MARZO DE 2017

Lugar:  
CAMPUS EL LIMONAL  
Km 14 Autopista Piedecuesta

8:00 a.m. a 12:00 m.  
Prácticas Agroforestales en el cultivo del cacao  
"La poda como control fitosanitario"  
Federación Nacional de Cacaoteros - FEDECACAO



**ENTRADA LIBRE**

Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA  
BUENAVISTA



ASOCIACIÓN DE INSTITUCIONES DE ALTA CALIDAD DEL CAUCA



FEDERACION NACIONAL DE CACAOTEROS  
FONDO NACIONAL DEL CACAO

Figura 33 Anuncios al aire 3

Fuente. Autor del Proyecto

De igual forma también se realizan actividades de extensión y promoción que permiten ir escalando peldaños en la escena radial de Bucaramanga, entregando premios a los oyentes más fieles.



Figura 34 Anuncios al aire 4

Fuente. Autor del Proyecto

Mientras realizaba las actividades mencionadas, también hacía la programación de la música que sonaría durante todo el día, una lista de 23 horas programada de 9:00 a.m. a 9:00 a.m. del siguiente día todos los días de la semana, canción por canción con cuñas, separadores, identificaciones y pisadores.

La lista del fin de semana, también se realizaba, siendo el día viernes el más complicado, porque la lista del fin de semana asciende a 63 horas de música con las mismas características. Todo esto teniendo cuidado de que no se repitieran canciones ni la forma de programación.

Dentro de las labores también destaca la edición y producción de los 20 programas que se emiten de lunes a viernes, estos son grabados en su mayoría, lo que implica que deben ser escuchados y editados, en voz en off. Luego, pasados a otra etapa en donde se le coloca el vestido producido con anterioridad, éste va con presentación, pisadores y cortina.

Algunos de los programas son musicales, lo que implica la revisión de las canciones para su inclusión en el reporte mensual de Sayco y Acimpro.

Algunos de los programas pregrabados y en vivo de Radio USTA:

|   |   |   |
|---|---|---|
|    |    |    |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Figura 35 Programas Radio USTA

Fuente. Radio USTA

En los temas administrativos también tengo que ver, mensualmente debemos diligenciar los formatos de emisión musical en Radio USTA para dar cumplimiento a derechos de autor.

**PLANILLA DE EJECUCION PUBLICA DE OBRAS MUSICALES EN RADIO**

LOS TEMAS EN ROJO SON UN REQUISITO OBLIGATORIO

| EMISORA:   | RADIO USTA   | FM 101.5 FM                       |                       |
|--|--|-----------------------------------|-----------------------|
| <small>MIB DE UTILIZACION</small>                  | <small>MIB DE UTILIZACION(MIB-RA) 444-2016</small> | <small>ANEXO 0116</small>         |                       |
| <small>CODIGO MINISTERIO DE COMUNICACIONES</small> | <small>RUBRI</small>                               | <small>CRONO DE EJECUCION</small> |                       |
| <b>TITULO DE LA OBRA</b>                           | <b>AUTOR/COMPOSITOR</b>                            | <b>INTERPRETE</b>                 | <b>SONIDAS AL MES</b> |
| 1. VIVA EL AMOR                                    |  | SANTAGUACHE                       | 25                    |
| 2. QUANDOTU ENJO                                   |  | THE BEATLES                       | 13                    |
| 3. MISTERY OF MOUTH                                |  | AMERICAN AUTHORS                  | 15                    |
| 4. WHATS UP LITTLE                                 |  | AMERICAN AUTHORS                  | 15                    |
| 5. MY FAVORITE SOUND                               |  | CAPTEN JACK                       | 15                    |
| 6. 3RD   |  | THE BEATLES                       | 15                    |
| 7. WANT TO TAKE ME                                 |  | THE BEATLES                       | 15                    |
| 8. YES YES YES                                     |  | MADONNA                           | 15                    |
| 9. SUGAR   |  | MADONNA                           | 15                    |
| 10. COUNTDOWN                                      |  | THE BEATLES                       | 15                    |
| 11. CHECKMATE                                      |  | ALICE                             | 15                    |
| 12. THE BRICKS                                     |  | THE BEATLES                       | 15                    |
| 13. CROUCH   |  | KORNER POKORNA                    | 8                     |
| 14. SHE'S SO CREASY                                |  | OLGA LUCENA                       | 7                     |
| 15. VAMPIRO  |  | OLGA LUCENA                       | 7                     |
| 16. VIVIR EN LA PARRANDA                           |  | OLGA LUCENA                       | 8                     |
| 17. TITULO   |  | OLGA LUCENA                       | 8                     |

Figura 36 Ejemplo de planillas

Fuente. Autor del Proyecto

Las actividades de promoción de la emisora a través de las redes sociales también son un punto importante en mi trabajo realizado, la emisora es promocionada con correos electrónicos internos y con imágenes llamativas, a comienzo de año se solicitó realizar una para comentar el cambio de estilo.



Figura 37 Nuevos programas Radio USTA

Fuente. Radio Usta



Figura 38 Celebración de días especiales

Fuente. Radio Usta

Otro de los aspectos en los que tuve la oportunidad de colaborar fue en la grabación de voces para spots de mercadeo y promoción de la Universidad Santo Tomás. Por otra parte, apoyaba con voces los vídeos de educación virtual del campus con el mismo nombre en la universidad. Estos últimos eran vídeos tutoriales de 15 minutos.

En estas últimas semanas grabé las voces para el PIM (Plan Integral Multicampus), este es un plan de mejoramiento con visión a 2027 en donde se plantea fortalecer la acreditación de alta calidad multicampus otorgada a la USTA en enero de 2016. Una de las líneas del texto era.

“Plan Integral Multicampus, Comprometidos Con la Excelencia”

#### **Capítulo 4. Diagnostico final**

Comenzar a trabajar en proyectos pequeños, proyectos que apenas nacen, es seguramente, lo ideal para cualquier profesional que esté iniciando su vida productiva.

La emisora de la Universidad Santo Tomás con poco tiempo al aire ve muchas necesidades que requieren una solución inmediata, lo cual exigió al máximo mi capacidad productiva. Sentí durante éstos seis meses, y en los seis meses de mi práctica en el mismo lugar, un gran cambio en la visión de mi trabajo.

La realización de contenidos no es una tarea fácil y dentro de mis funciones como programador, locutor, editor de contenidos, community manager y colaborador en tareas administrativas, comprendí que un buen profesional debe ser integral.

Dentro de mis funciones estaba por supuesto la realización del manual de estilo para Radio USTA, objetivo de esta pasantía. Sin embargo llegar a proponer no siempre es fácil lo

cual causó algunas complicaciones, porque dentro de la emisora se necesita inmediatez, en tareas como la programación musical y la edición de programas.

Por otra parte funciones que se debían fortalecer como la realización de un programa magazín llamado “el despertador”, era uno de los objetivos importantes de mi trabajo en la emisora. La realización de noticias Internacionales, Nacionales y Locales, como también datos deportivos y toda la actualidad Universitaria. Además realizar locución y presentación de música en las mañanas de 10 de la mañana a 12 del mediodía. En intervalos de tiempo programar la lista del día, un listado de música de 22 horas que se entrega a las 12 del mediodía.

La realización y edición de contenido, otra de mis tareas, ésta la realizaba en horas de la tarde, editar los programas que venían para el otro día, teniendo en cuenta que son más de 15 semanales.

Realizar un manual necesario, por las exigencias del ministerio y por identidad mostró que conozco perfectamente la emisora, sé cómo es su perfil funcional, esto de cierta forma facilitó el trabajo para lograr que el manual fuera lo que debía ser.

## **Capítulo 5. Conclusiones**

Contribuir al fortalecimiento de procesos en una institución como La Universidad Santo Tomás, demanda un esfuerzo y un alto grado de compromiso y responsabilidad, que por supuesto permita evidenciar a corto, mediano y largo plazo las tareas que se desarrollaron en pro del mejoramiento de la misma, para esto, debe existir una formación que respalde satisfactoriamente los compromisos asignados desde la vinculación a los procesos en las empresas.

Con base en lo anterior es importante resaltar la capacidad de respuesta que se debe tener en cada momento, cuando en una persona reposa la responsabilidad de conducir y direccionar acciones y procesos que estén enmarcadas en el mejoramiento de las condiciones internas y externas de la institución.

Actuar conforme a la realidad, proyectar para afianzar las fortalezas y presentar propuestas para mejorar las debilidades y falencias, fue la misión diaria en Radio USTA 96.2 Fm y La Universidad Santo Tomás. Empresa que por supuesto brindó los espacios y las

herramientas necesarias, para desarrollar eficientemente el plan de trabajo diseñado de acuerdo a las necesidades existentes en esta.

Proponer y crear el Manual Programático y además recibir el apoyo de una institución que lleva cientos de años con la misión de formar proyectos de vida, termina por entregar la mayor satisfacción al finalizar éste proceso que ayudará a fortalecer mucho más esa nueva puesta en escena de un proyecto joven como Radio USTA.

El desarrollo de ésta pasantía permitió generar esa necesidad de un Comunicador Social. Permitted que se pudiera comenzar a pensar en una nueva plaza para el medio de comunicación que nace. Lo cual arroja un excelente resultado, Sin duda alguna se cumplió con el objetivo planteado previamente y se aportó de manera indicada a la solución de las necesidades existentes.

## **Capítulo 6. Recomendaciones**

La realización de programas que contengan una identidad, un etilo y que por supuesto promuevan el pensamiento tomista, son vitales para fortalecer los productos radiales de la emisora de la Universidad Santo Tomás, el manual de estilo deberá ser tenido en cuenta por todos aquellos que quieran relacionarse con la emisora.

De igual forma Comprender los parámetros básicos que garantizan la identidad y unidad de criterios en torno a la producción radiofónica y el manejo de contenidos, será la manera en que respondan a los principios y valores de la Universidad, así como a la reglamentación vigente para el servicio de radiodifusión sonora. Mediante fundamentos encaminados a la teoría de la búsqueda de la verdad de Santo Tomás de Aquino, la emisora Radio USTA 96.2FM tendrá como objetivo producir programas orientados informar, investigar, formar y entretener los proyectos y las actividades que hacen parte de los procesos misionales de la Universidad Santo Tomás.

De esta manera la Universidad espera estrechar más la relación con su medio, aportándole a la sociedad nuevos conocimientos para formar ciudadanos críticos, así como espacios participativos y de recreación; de igual manera propenderá por la consolidación de alianzas estratégicas que permitan generar contenidos que le aporten a la opinión pública sobre los hechos que son noticia en los contextos regional, nacional e internacional.

### Referencias

Documentos publicos RRUC. (2016). Recuperado el 20 de Marzo de 2017, de

<https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/file>

LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES. (17 de Noviembre de 2016).

*ustabuca.edu.co*. Recuperado el 20 de marzo de 2017, de

<http://www.ustabuca.edu.co/ustabmanga/ley-de-proteccion-de-datos>

Manual de estilo Radio Nacional. (2010). Recuperado el 20 de Marzo de 2017, de

<https://www.radionacional.co/content/manual-de-estilo>

Manual de estilo, R. (2010). *Radionica.rocks*. Recuperado el 20 de Marzo de 2017, de

<https://www.radionica.rocks/manual-de-estilo>

MINTIC. (2010). *mintic.gov.co*. Recuperado el 20 de marzo de 2017, de

<http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2291.html>

Politica curricular, p. U. (2004). *ustabuca.edu.co*. Recuperado el 16 de Marzo de 2017, de

<http://www.ustabuca.edu.co/ustabmanga/valores>

Principios Generales que orientan la Universidad. (2010). *ustabuca.edu.co*. Recuperado el 20

de marzo de 2017, de <http://www.ustabuca.edu.co/ustabmanga/principios>

Radio USTA, P. (12 de enero de 2017). Recuperado el 20 de marzo de 2017, de

<http://www.ustabuca.edu.co/gpresenzia/gestion/usuarios/user10772/ustabmanga/files/img/vustabmanga499812820170503175607.png>

Universidad , S. (enero de 2010). *ustabuca.edu.co*. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de

<http://www.ustabuca.edu.co/ustabmanga/la-universidad>

Universidad , S. (14 de julio de 2015). *ustabuca.edu.co*. Recuperado el 14 de marzo de 2017,

de <http://www.ustabuca.edu.co/ustabmanga/mision-y-vision>

Ustabmanga. (2016). *ustabuca.edu.co*. Recuperado el 16 de marzo de 2017, de

<http://www.ustabuca.edu.co/ustabmanga/directivos>

## **Apéndice**

## Apéndice A. Celebración del primer año de Radio USTA

La celebración del primer año de Radio USTA el 9 de Marzo de 2017, permitió la una interacción cara a cara inicial de la emisora con sus oyentes, ésta se hizo en la media torta alterna al “Paraninfo Santo Domingo de Guzmán” de la Universidad Santo Tomás, con artistas musicales invitados y la animación de nosotros los locutores de la emisora. El diseño de la imagen promocional del evento fue solicitado al Centro de Diseño de Imagen Interinstitucional CEDII



Figura 39 Diseño aniversario Radio USTA



Ilustración 1 Foto uno Aniversario Radio USTA



Ilustración 2 Foto dos Aniversario Radio USTA



Ilustración 3 Foto tres Aniversario Radio USTA



Ilustración 4 Foto equipo Radio USTA



Ilustración 5 Animación y presentación de artistas invitados



Ilustración 6 La agrupación Bumanguesa KATAMARAN



Ilustración 7 Entrega de premios a los oyentes



Ilustración 8 Equipo de trabajo Radio USTA



Ilustración 9 Estudiantes USTA en el evento



Ilustración 10 Presentación DURAZNO

## Apéndice B. Visita y entrevistas con artistas de talla internacional

Los encuentros con artistas de gran talla como Fanny Lu mostraron la capacidad para manejar entrevistas de alto calibre. Ésta entrevista hizo parte de una gira promocional para hablar de los proyectos que vienen y de “Llorar es una Locura” su reciente sencillo. Además fue en medio de la celebración del cumpleaños de Radio USTA



Ilustración 11 Foto Fanny Lu

Entrevista con Santiago Cruz, que se desarrolló en el marco de una gira promocional de medios en donde hablaba sobre el lanzamiento de su más reciente trabajo discográfico “Vida de mis vidas” La entrevista duró 30 minutos, además hubo espacio para fotográficas con estudiantes y más.



Ilustración 12 Foto entrevista Santiago Cruz

Entrevista Vicente García, se desarrolló en el marco del lanzamiento de su disco “A La Mar” ésta sin lugar a dudas fue la mejor entrevista que he logrado, fue una conversación fantástica en la que pude mostrar una faceta musical muy detallada del artista puertorriqueño.



Ilustración 13 Entrevista Con Vicente García

Entrevista a Pipe Bueno en marco del lanzamiento de los “Ay ay ay”. Disco reciente del artista, en la entrevista hubo espacios para las fotografías, transmisión en vivo del video y grabación de saludos para la universidad y la emisora.



Ilustración 14 Foto Entrevista Pipe Bueno

## Apéndice C. Manejo de Redes Sociales de Radio USTA

La realización de contenido para las redes sociales fue otra de las funciones. La emisora por políticas internas solo maneja Facebook, Radio USTA 96.2 Fm, éste a mi llegada, contaba con un poco más de 300 Likes. Al día de hoy ya cuenta con más de 1000. Con un nivel alto de respuesta, y una gran acogida por parte de los oyentes de la emisora.



Figura 40 Fan Page Radio USTA