

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		I(67)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	KELLY JOHANA VELASQUEZ ZAPATA
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	NAHÚN SANCHEZ CASTILLA
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA POSICIONAR LA EMISORA RADIOGÓGICA DE LA ESCUELA NORMAL SUPERIOR DE OCAÑA

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PASANTIAS FUE REALIZADO EN LA EMISORA RADIOGÓGICA DE LA ESCUELA NORMAL SUPERIOR DE OCAÑA, CON EL FIN DE OBTENER MI TITULO PROFESIONAL DE COMUNICADOR SOCIAL; DONDE SE LOGRÓ DESARROLLAR UN ANÁLISIS EN LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN, SOBRE EL DESCONOCIMIENTO DE LA EMISORA Y DE LA ESTRATEGIA QUE SE DEBE USAR, PARA TENER POSICIONAMIENTO DE LA MISMA Y MEJORAR EL ACCESO FACIL Y RAPIDO PARA SU SINTONIZACIÓN.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
----------	---------	----------------	--------------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL, OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
PARA POSICIONAR LA EMISORA RADIOGÓGICA DE LA ESCUELA NORMAL
SUPERIOR OCAÑA

AUTOR

VELÁSQUEZ ZAPATA KELLY JOHANA

Trabajo de grado para optar el título de comunicador social

DIRECTOR

Esp. NAHÚM SÁNCHEZ CASTILLA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

OCAÑA, COLOMBIA

AGOSTO DE 2017

Índice

Capítulo 1. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación para posicionar la emisora Radiológica de la escuela Normal Superior de Ocaña	1
1.1 Descripción breve de la empresa.	1
1.1.1 Misión.	1
1.1.2 Visión.	2
1.1.3 Objetivos De La Empresa.	2
1.1.4 Descripción De La Estructura Organizacional.	3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado..	4
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	4
1.2.1 Planteamiento del problema.	6
1.3 Objetivos de la pasantía.	8
1.3.1 General	8
1.3.2 Específicos.....	8
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.....	9
 Capítulo 2. Enfoque Referenciales	 10
2.1 Enfoque Conceptual.....	10
2.2 Enfoque Legal.....	24
 Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo	 34
3.1 Presentación de resultados	34
3.1.1 Muestra.	34

3.1.2 Encuesta inicial.....	35
3.1.3 Encuesta final.. ..	38
3.1.4 Diseño de un portal web.....	41
3.1.5 Realización de un video de promoción de la emisora.	42
3.1.6 Elaboración de fichas graficas.....	43
3.1.7 Habilidad de la aplicación.	47
3.1.8 Audiencia.....	48
Capítulo 4. Diagnostico Final.....	50
Capítulo 5. Conclusiones	51
Capítulo 6. Recomendaciones	52
Referencias.....	53
Apéndice.....	55

Lista de Tablas

Tabla 1 Diagnostico matriz DOFA	5
Tabla 2 Descripción actividades a desarrollar	9

Lista de Figuras

Figura 1 Organigrama Escuela Normal Superior Ocaña	3
Figura 2. ¿Sabe usted que es Radiológica?	35
Figura 3. ¿Le gusta a usted Radiológica?	35
Figura 4 ¿En qué momento del día escucha usted Radiológica?	36
Figura 5 ¿Porque no escucha usted Radiológica?	36
Figura 6 ¿Qué programa de Radiológica escucha usted?	37
Figura 7 ¿Qué géneros musicales le gustaría escuchar en Radiológica	37
Figura 8. ¿Ha empezado usted a escuchar Radiológica?	39
Figura 9. ¿En qué horario escucha usted Radiológica?	39
Figura 10 ¿Le gusta a usted la parrilla de programación que maneja radiológica?	40
Figura 11. ¿Le gusta a usted la variedad de música que programa Radiológica?.....	40
Figura 12 ¿Sabe usted sintonizar la emisora?	41
Figura 13. Portal web Radiológica.....	42
Figura 14. Video Institucional para la promoción de la emisora.....	43
Figura 15. Camisetas.....	44
Figura 16. Stickers	45
Figura 17. Afiche	46
Figura 18 Aplicación disponible para android.....	47
Figura 19. Oyentes antes.....	48
Figura 20. Oyentes después	48
Figura 21. Reporte de audiencia	49

Resumen

La radio ha sido un medio de comunicación superviviente a lo largo de la historia y en la actualidad está dando prueba de ello. Hablamos de la radio, que gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías y el entorno online vive una segunda edad de oro, ya cada vez son más las emisoras por internet y también son más las personas que escuchan por este medio, por tal razón en mi proyecto quise encontrar la manera de dar a conocer la emisora radiológica en los estudiantes de la Escuela Normal Superior de Ocaña, para que conozcan más de ella y no se pierdan de la variedad que esta trae.

Es así que mi plan de trabajo tiene como objetivo posicionar la emisora Radiológica en los estudiantes de la Escuela Normal Superior de Ocaña

Introducción

El objetivo principal del siguiente proyecto es diseñar una estrategia de comunicación para posicionar la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña. Con ello se tendrán en cuenta todos los estudiantes de la institución desde 6° hasta los estudiantes de formación complementaria. La emisora Radiológica es un proyecto pedagógico, por lo tanto los estudiantes se ven directamente involucrados con este medio de comunicación, ya que gran parte de la parrilla de programación está a cargo de estudiantes de la misma institución.

El plan estratégico de comunicación permitirá asegurar el crecimiento de los oyentes desde dos puntos: el primero dando a conocer los enlaces correspondientes a la sintonización de la emisora y el segundo es dar a conocer la parrilla de programación para cada día.

Muchos estudiantes saben de la existencia de la emisora pero no están enterados totalmente de cuál es el manejo y de lo que se programa en ella. Es así que se ha llevado a cabo el diseño de una estrategia de comunicación en la institución con el fin de fortalecer este proceso.

Capítulo 1. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación para posicionar la emisora Radiológica de la escuela Normal Superior de Ocaña

1.1 Descripción breve de la empresa.

La escuela Normal Superior de Ocaña es una institución educativa que fomenta la educación primaria y secundaria, formando a sus estudiantes como personas integrales libres de pensamiento siendo la pedagogía el eje transversal de las competencias instruidas por los educandos.

1.1.1 Misión. La Escuela Normal Superior de Ocaña, es una institución de carácter pedagógico y oficial, dedicada a formar maestros y maestras como personas integrales, autónomas y libres para desempeñarse en preescolar y básica primaria, centrada en una pedagogía fundamentalmente dirigida a la transformación significativa de las prácticas educativas; y fomentando el desarrollo, la competencia investigativa en educación y pedagogía a través de los saberes disciplinarios, la diversidad, la ética, el respeto a la diferencia y la atención a educandos con o sin necesidades educativas especiales; comprometidos con su quehacer, el saber ser de lo bello, lo emocional, lo sentimental y el reflejo en lo imaginario y lo fantástico que resulta del diario vivir de la docencia.

1.1.2 Visión. La Normal Superior será una Institución de educación Superior, abierta y flexible, con capacidad de articular su entorno en el proceso educativo que necesita la región y el país, a través de la práctica y la investigación. Promotora de acciones que desde la escuela se proyecten a la comunidad.

1.1.3 Objetivos De La Empresa.

- Prestar un servicio educativo de máxima calidad a través de la formación pedagógica, científica, la práctica y la investigación pedagógica.
- Trazar e implementar estrategias que busquen la comprensión y puesta en marcha del sistema de gestión de calidad.
- Fortalecer el Proyecto Educativo Institucional por medio del análisis y mejoramiento continuo de sus procesos.
- Trazar herramientas para ejercer un control, seguimiento y evaluación de los procesos institucionales, optimizándolos por medio de la toma de decisiones estratégicas basadas en hechos.
- Identificar las oportunidades de mejora para mantener el compromiso y el sentido de pertenencia del talento humano en la realización de los diferentes procesos de la institución en busca de brindar un mejor servicio educativo.

1.1.4 Descripción De La Estructura Organizacional. La escuela Normal Superior de Ocaña debe presentar sus informes a la Secretaria de Educación Municipal, quien a su vez este le rendirá informes a la Asamblea de educación Departamental para finalmente presentar toda la información al Ministerio de educación Nacional.

Internamente los estudiantes de la institución dependerán de sus docentes. Estos deberán coordinar junto con el consejo directivo y el consejo académico las sanciones o recomendaciones pertinentes que deberán ser tomadas dependiendo de la situación y a su vez es deber de los docentes y coordinadores informar al rector de la institución que es la máxima autoridad acerca de todo lo que ocurra dentro del plantel educativo

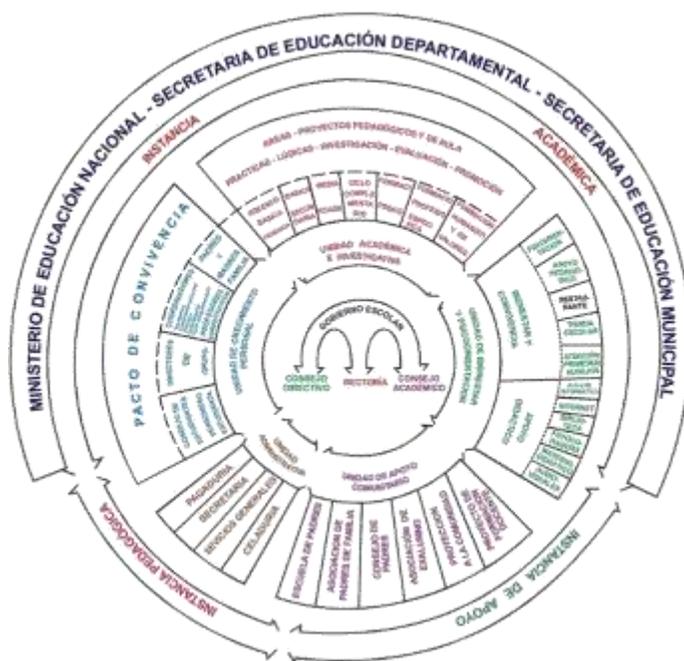


Figura 1 Organigrama Escuela Normal Superior Ocaña
Representación gráfica del organigrama de la institución.

Fuete: Escuela Normal Superior Ocaña.s.f

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. El proyecto se desarrollará en la emisora institucional Radiogógica, perteneciente a la dependencia de comunicaciones del colegio. RadioGógica es una emisora institucional online que viene siendo emitida hace más de un año a través de Tu Neint Radio y que busca fomentar la radiofonía en los estudiantes y a su vez instruirlos en el campo de la radiodifusión.

Con este proyecto se busca posicionar la emisora radiogógica no solo en los estudiantes de la institución, escuela Normal superior de Ocaña, dándola a conocer a través de los diferentes medios de comunicación locales y redes sociales, para generar espacios de información, cultura, entretenimiento, actualidad y buena música que promuevan la interactividad entre emisor y receptor y sobre todo llegar a ser reconocida en toda la provincia.

Este plan estratégico de comunicación se orientará a mejorar la percepción que se ha tenido de la emisora y que por supuesto se contará con todo el apoyo de los directivos de la escuela Normal Superior, todo esto con el fin de mejorar la calidad.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.

Las emisoras online son un medio de comunicación que permite conectarse e interactuar con los oyentes, compartir puntos de vista en temas de interés general entre otras cosas.

La Escuela Normal Superior de Ocaña emplea una estrategia de comunicación que desarrolla el propósito de dar a conocer la emisora en los estudiantes de la institución, con el fin

de fortalecer la audiencia en la emisora, dando la a conocer y mostrando sus enlaces para la sintonización y su programación. Así cada estudiante tomara conciencia de lo importante que es este proyecto pedagógico en su comunidad escolar.

Se hace necesario la reforzar las comunicaciones que hay en la institución ya que hay mucho desconocimiento hacia la emisora por parte de los estudiantes.

Tabla 1

Diagnostico matriz DOFA

Factores Internos	<p>Lista de Fortalezas</p> <p>F 1. Se cuenta con el apoyo económico De la institución.</p> <p>F 2. Se cuenta con los instrumentos necesarios para la transmisión</p> <p>F 3.</p>	<p>Lista de Debilidades</p> <p>D1.El equipo de trabajo aun No se encuentra cohesionado Y parece que no hay una uniformidad en la labor.</p> <p>D2. La programación musical Establecida no promueve la Variedad de género.</p>
Factores Externos		
<p>Lista de Oportunidades</p> <p>O1. Emplear las instalaciones de la Emisora radiogógica.</p> <p>O2. Mantener el buen nombre de la Institución generando confianza y credibilidad por medio de la emisora</p> <p>O3. Hacer buen uso de tiempo y recursos de la emisora.</p>	<p>FO</p> <p><i>Estrategias para maximizar tanto las F como las O.</i></p> <p>1. Generar alianzas con proveedores que Puedan patrocinar regalos para los oyentes</p>	<p>DO</p> <p><i>Estrategia para minimizar las D y maximizar las O.</i></p> <p>1.Implementar franjas para Mayor aceptación y audiencia.</p>
<p>Lista de Amenazas</p> <p>A1.Que la transmisión se vea interrumpida porque el internet no funcione.</p> <p>A2. Que los estudiantes no se presenten hacer programas.</p> <p>A3. No todas las personas tienen Acceso a internet</p>	<p>FA</p> <p><i>Estrategia para fortalecer la imagen de la emisora y minimizar las amenazas</i></p> <p>1. Mantener constante comunicación y retroalimentación con los oyentes.</p>	<p>DA</p> <p><i>Estrategias para minimizar tanto las A como las D</i></p> <p>Incentivar a los estudiantes hacer promoción de los diferentes programas.</p>

Fuente: Autor del proyecto

1.2.1 Planteamiento del problema. La radio ha tenido una gran evolución en el transcurso del tiempo desde Las bases teóricas de la propagación de ondas electromagnéticas hasta el uso de streamcasting de audio para la transmisión por internet. En los primeros tiempos de la radio toda la potencia generada por el transmisor pasaba a través de un micrófono de carbón. Ya en los años 1920 la amplificación mediante válvula termoiónica revolucionó tanto los radiorreceptores como los radiotransmisores. Philips, Bell, Radiola y Telefunken consiguieron, a través de la comercialización de receptores de válvulas que se conectaban a la red eléctrica, la audición colectiva de la radio en 1928. No obstante, En los años cincuenta la tecnología radiofónica experimentó un gran número de mejoras que se tradujeron en la generalización del uso del transistor. (Richard Wagner, 1920)

Normalmente, las aeronaves utilizaban las estaciones comerciales de radio de modulación de amplitud (AM) para la navegación. En 1933 Edwin Armstrong describe un sistema de radio de alta calidad, menos sensible a los procedimientos, se establece de forma comercial, al montar a su cargo el propio Armstrong una emisora con este sistema radioeléctricos que la AM, pasando a utilizar la modulación de frecuencia (FM) a finales de la década.

Tanto ha evolucionado la radio que en este momento ya existen muchas emisoras online que consisten en la exhibición de contenido auditivo dotado de las características propias del medio radiofónico (tales como su guion y su lenguaje) a través de Internet mediante streaming.

La primera "estación de radio" por Internet (online), "Internet Talk Radio", fue desarrollada por Carl Malamud en 1993. La estación de Malamud usaba una tecnología llamada

MBONE (IP Multicast Backbone on the Internet). En febrero de 1995, surgió la primera estación de radio exclusiva por internet de tiempo completo, llamada Radio HK, emitiendo música de bandas independientes. (Malumud, 1993)

La escuela normal superior cuenta con una emisora radial online que está visualizada como un proyecto pedagógico donde los estudiantes desarrollan destrezas y emplean su tiempo libre para transmitir programas de diversos temas y divertirse con sus demás compañeros compartiendo temas de gran interés como son: cultura, música, ambiente, deporte, problemáticas sociales y demás, con el fin de posicionar la emisora Radiológica en esta institución se requiere la realización de este proyecto que se hace necesario en la medida en que la institución quiere posicionar en el top of mind la emisora, dado que es sintonizada y escuchada por muy poca persona. Siendo así, el rector Alonso Montaguth y el Docente Aldemar Villamizar manifestaron su interés en querer promocionar la emisora para que de esta manera aumente su audiencia.

La Ley 1341 del 30 de julio de 2009 con la que se busca darle a Colombia un marco normativo para el desarrollo del sector de Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), promueve el acceso y uso de las TIC a través de la masificación, garantiza la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y el espectro, y en especial, fortalece la protección de los derechos de los usuarios.

Teniendo en cuenta que la radio difusión es una buena alternativa, se busca alcanzar al público externo además de los estudiantes, profesores y padres de familia, donde no solo se

aumente la audiencia sino también sea posible la interacción en cabina para de esta manera seguir fortaleciendo la credibilidad en cada transmisión. Por esto, se requiere un trabajo serio, donde se haga un diagnóstico situacional que muestre las falencias en las cuales se está incurriendo y así poder ofrecer alternativas para seguir mejorando la calidad institucional.

1.3 Objetivos de la pasantía.

1.3.1 General. Diseñar una estrategia de comunicación para el posicionamiento de la emisora Radiográfica de la Escuela Normal Superior de Ocaña

1.3.2 Específicos.

- Hacer un diagnóstico situacional de la emisora Radiográfica
- Determinar las estrategias pertinentes para posicionar la emisora
- Desarrollar un plan estratégico de comunicación para el posicionamiento de la emisora

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Tabla 2

Descripción actividades a desarrollar

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES
<p>1. -Hacer un diagnóstico situacional de la emisora Radiogógica</p>	<p>1ª. Realizar una encuesta a los estudiantes de la institución para determinar audiencia.</p> <p>1b.hacer un diagnóstico que muestre el propósito de la encuesta.</p> <p>1c. tabular resultados para hacer el respectivo análisis.</p> <p>1d. Tabular los resultados de la encuesta para la definición.</p> <p>1e. Hacer una observación</p> <p>1f. Hacer entrevistas</p>
<p>2. -determinar las estrategias pertinentes para posicionar la emisora</p>	<p>2ª. Recolección de datos para implementar la estrategia</p> <p>2b. Conocer la percepción que la comunidad educativa tiene de la emisora institucional y de su uso pedagógico 2c. Hacer entrevistas</p>
<p>3. -Desarrollar un plan estratégico de comunicación para el posicionamiento de la emisora y el porque de su importancia.</p>	<p>3ª. Diseñar una campaña para que la estudiantil muestre interés por la emisora radiogógica</p> <p>3b. Presentación del desarrollo de las estrategias, para presentar al coordinador de pasantía.</p> <p>3c. Programar espacios en los descansos para las actividades a desarrollar</p> <p>3d. creación y diseño de una página web para la emisora</p>

Fuente: Autor del proyecto.

Capítulo 2. Enfoque Referencial

2.1 Enfoque Conceptual

La radio: La radio es un tipo de medio masivo de comunicación, como también lo son la televisión, la prensa escrita, los libros, los cómics o historietas; el cine, internet y la publicidad. La radio es el medio comunicativo que se transmite vía ondas sonoras y combina el lenguaje emitido de forma oral con elementos musicales y otros sonidos, así como con la interacción con los radioescuchas. Su función principal y fundamental es la de informar y entretener, ya que sirve de compañía constante al destinatario. (Escolares.net, 2014)

En sus orígenes, la radio fue un descubrimiento electromagnético del siglo XIX, de la mano del investigador Marconi, quien juntó su experiencia con la de Hertz y Popov, quienes también habían hecho descubrimientos y trabajos con ondas. Más adelante, en 1909, la radio nació de la fusión entre el teléfono de Graham Bell y la telegrafía sin hilos, de esta forma se dio paso a la radiodifusión. (Escolares.net, 2014)

La comunicación radial se da gracias a la transmisión de señales eléctricas, a través de cables hasta un aparato emisor, las que son conducidas por ondas de una antena emisora hacia una receptora y, de esa forma, llegan hasta los distintos destinatarios. La radio posee distintos programas en su parrilla, pudiendo existir programas libres, espacios sólo de música, de conversación, de noticias, deportes, etc. (Escolares.net, 2014)

- Variedad de emisoras y programación.
- Sirve de compañía para los radioescuchas.
- No necesita gran concentración, ya que al ser sólo un medio auditivo no requiere de todos los sentidos para su comprensión.
- El receptor puede participar activamente de la radio, pues existen programas que abren las líneas telefónicas para los oyentes, pudiendo darse un diálogo entre ambas partes.
- El mensaje es fugaz, en el sentido que se escucha y se difumina el contenido, lo que no sucede con los medios audiovisuales, donde las imágenes quedan en la retina del destinatario.
- Permite la apertura imaginativa, ya que al sólo oír, el auditor puede crear sus propios mundos.
- Emisor y receptor pueden mantener o establecer comunicación aún sin ser vistos, si es que el programa contempla participación del público. (Escolares.net, 2014)

Emisoras: Una emisora de radio es un medio de comunicación que ofrece una programación radiofónica con contenidos de distinto tipo. Así como existen distintos canales de comunicación, también existen distintas emisoras de radio que puedes sintonizar poniendo la frecuencia concreta. (www.definicionabc.com, s.f.)

Aunque en la actualidad existen otras formas de comunicación como los periódicos, internet, el cine y la televisión, la radio todavía sigue siendo un medio muy vivo que ofrece contenidos musicales, secciones de noticias, programas de entretenimiento. Para muchas personas, la radio es un refugio de compañía durante sus horas de trabajo. Por ejemplo, es

habitual que los camioneros que conducen de noche, escuchen algún programa de radio.

(www.definicionabc.com, s.f.)

En una emisora de radio existe un equipo técnico que trabaja. También existe un presentador que pone su voz y dicha voz se convierte en muy familiar para los oyentes. Una de las grandes ventajas de las emisoras de radio respecto de la televisión es que la persona puede escuchar la información mientras sigue haciendo tareas cotidianas como, por ejemplo, las labores domésticas. (www.definicionabc.com, s.f.)

Conviene puntualizar que muchas ciudades y pueblos cuentan con una emisora de radio local que es gestionada por aficionados. En este caso, la frecuencia de este tipo de canal solo alcanza la zona próxima a la ubicación en la que se realiza el programa.

(www.definicionabc.com, s.f.)

La radio es un medio de comunicación que potencia mucho el sentido del oído y que carece de cualquier tipo de comunicación visual. (www.definicionabc.com, s.f.)

Emisoras escolares: Conviene puntualizar que las emisoras también pueden tener un valor pedagógico como muestran los proyectos escolares que integran la utilización de una radio en el centro educativo. En este caso, esta forma de aprendizaje puede ayudar a los alumnos a descubrir la pasión por la radio, desde dentro. Esta puede ser una buena actividad extraescolar para los niños por el valor que tiene unir el aprendizaje con la diversión. (Colombia Aprende , 2009)

Conviene puntualizar que la frecuencia de una misma emisora de radio es diferente dependiendo de la ubicación en la que se encuentra el oyente. Las empresas de radio que programan contenidos diarios, se financian, en gran medida, gracias a los contenidos de publicidad que también comunican su información, únicamente, a través del canal de la voz. (Colombia Aprende , 2009)

Emisoras online: Tanto la televisión, como la radio y los periódicos, se han aliado estrechamente con Internet. Un matrimonio tecnológico muy fecundo. Hoy en día, hasta los pequeños periódicos locales tienen su versión online y algunas cadenas de televisión envían su señal al ciberespacio. (MASMUSICA.FM, s.f.)

Pero si un medio aprovechó esta oportunidad para proyectarse con fuerza fue la radio. No sólo las radios tradicionales se sirvieron de esta tecnología para transmitir en línea, sino que millones de apasionadas y apasionados radialistas de todos los continentes encontraron en Internet la oportunidad que tanto habían esperado para hacer radio. (Ramiro, 2016)

La radio en línea no ha supuesto la revolución radiofónica que muchos auguraban, pero sí un gran salto tecnológico y una oportunidad que podemos y debemos aprovechar. (Ramiro, 2016)

Las radios en línea utilizan la tecnología streaming que permite transmitir audio (o video) en tiempo real. El funcionamiento básico es así: desde una computadora se transmite audio a un servidor web con un software de streaming. Este audio no se queda alojado en el servidor, sino

que está pasando continuamente y puedes ser escuchado por cualquier persona en cualquier lugar del planeta en tiempo real mientras se transmite. (Ramiro, 2016)

Pero antes de entrar en detalles del funcionamiento y de lo necesario para montar tu propia radio, veamos algunas ventajas y desventajas de este tipo de transmisiones. (Ramiro, 2016)

Ventajas de las radios en línea: Sin necesidad de licencia, nada de solicitudes engorrosas ni echar canas esperando una resolución que puede tardar años. Tampoco tener que pagar cientos de dólares para conseguir una concesión o recomprar una frecuencia. En Internet no hay que pedir permisos ni licencias de transmisión. El dial cibernético es infinito. (Ramiro, 2016)

No es probable que en un futuro esto cambie. En Internet, los problemas no vendrán por el lado de las licencias, sino por el de las compañías discográficas. En Estados Unidos o México las empresas que gestionan los derechos de autor ya están cobrando a la mayoría de radios en línea, sobre todo si pasan publicidad. Por eso, si piensas iniciar un proyecto grande de radio en línea con música y publicidad comercial habla con la gestora de Derechos de Autor de tu país.

Cobertura Mundial: Hace unos años había que deshacerse en esfuerzos y peripecias para escuchar radios de otros países con receptores de onda corta. Había que ingeniárselas para situar la antena en una posición determinada y así, oír transmisiones en ruso, árabe o francés. (Ramiro, 2016)

La radio en línea solucionó el problema. Ahora es más sencillo escuchar radios de todo el mundo sin necesidad de apuntar con ninguna antena. Te conectas a Internet y... ¡listo! Miles de radios a tu disposición, sin cortes, ruidos o vaivenes de la señal. Por este motivo, muchos oyentes de esta nueva radio son personas que se encuentran lejos de sus países y se enteran por este medio de los que sucede por allá. (Ramiro, 2016)

Transmitir desde cualquier lugar: No hace falta estar atados a una antena o a una cabina. Con la radio en línea podemos transmitir desde cualquier lugar donde tengamos una conexión de banda ancha y un pequeño equipo informático. (Ramiro, 2016)

Esta posibilidad la convierte ideal para reportes y transmisiones móviles, aunque pocas radios hacen uso de esta ventaja. Puedes irte a una actividad o rueda de prensa, conectarte a Internet y mandar tranquilamente la señal a tu emisora y que ellos la saquen al aire. (MASMUSICA.FM, s.f.)

Costos bajos: Frente al alto gasto en equipos para el estudio, transmisores y costo de la frecuencia, la radio en línea es considerablemente más económica. En equipos no hay mucho que invertir. Con una computadora y un micrófono seremos los DJ's del momento. (Ramiro, 2016)

Luego, hay que sumarle la conexión a Internet y el costo del servidor, aunque hay opciones gratuitas como veremos más adelante. (MASMUSICA.FM, s.f.)

Audiencias específicas: Mencionaremos en el siguiente punto que unas de las mayores desventajas son los pocos oyentes que nos pueden sintonizar simultáneamente en una radio en línea. Pero desde otro punto de vista, esto podría ser una gran oportunidad. Las radios en línea nos permiten segmentar más nuestra audiencia y hacer una programación más dirigida y personalizada. En muchos casos, estas radios agrupan a oyentes entusiastas o comunidades que se reúnen en torno a un tema específico, una especie de blog en audio o radio blog. (Fuentes, 2014)

Hasta perros y gatos tienen la suya. En sus 17 horas de programación, Radio Dogcat ofrece consejos a sus peculiares oyentes como, por ejemplo, que no ataquen al cartero o que no mordisqueen las pantuflas de su amo. Emite desde Los Ángeles, California, y la puedes escuchar en: <http://www.dogcatradio.com/>

Sin llegar a estos extremos zoológicos, la mayor parte de estas radios no son generalistas. Se han especializado en un determinado tipo de música o contenidos. Por supuesto, estamos hablando de las radios que transmiten exclusivamente en Internet. No es el caso de las radios convencionales en AM o FM que también cuelgan su señal en Internet. (Radios Libres, 2014)

Multimedia = Multiposibilidades

En su gran mayoría, la gente que escucha radio por Internet lo hace sentada frente a una computadora. Si se sabe aprovechar, ésta es una de las mayores ventajas. Es fácil darle un valor agregado al oyente ofreciéndole desde la Web una mayor interactividad y participación. (Radios Libres, 2014)

En la página desde donde transmites, además del audio, puedes incluir videos, fotografías, audiotecas con programas ya emitidos, encuestas y hasta una webcam que muestra las imágenes de la cabina mientras se realiza el programa. También podemos incluir:

- Secciones de textos y enlaces a webs donde profundizar los temas tratados en el programa.
- Salas de chat en vivo para enviar saludos y complacencias.
- Encuestas en línea de las canciones y artistas favoritos.
- Blogs del programa o la radio, donde los oyentes dejan sus opiniones.
- Foros y debates interactivos.
- Recibir llamadas a través de Skype para sacarlas al aire.
- Buscadores de empleo y tablones de anuncio compra-venta.
- Anuncios gráficos (banners) con publicidad. Así aumentan los ingresos tan escasos en las radios en línea.

Todo esto puede estar igualmente en la Web de una radio FM, pero si no transmites en línea es raro que la persona se quede mucho rato en tu página sólo para navegarla. (Ramiro, 2016)

Internet: Es el progreso de la comunicación digital que tiene su base en el uso de internet y las nuevas tecnologías. Internet es una red que conecta infinitas redes entre sí. Es conocida como la red de redes. Surgió en los años 80 como un proyecto militar. En pocos años se fue

extendiendo y llegando a los hogares. Hoy en día es de uso habitual en la mayor parte de los países desarrollados. Debe su nombre al acrónimo de Interconnected Networks que significa redes interconectadas. (Bilbao, 2007)

Protocolos TCP/IP Protocolo de comunicación Internet permite compartir datos y recursos entre todos sus ordenadores conectados. Estos ordenadores se comunican entre sí a través de la llamada "familia de protocolos TCP/IP". Estos protocolos son el "lenguaje común" (en realidad, un conjunto de normas) que utilizan todos los aparatos conectados a la red. Existen otros, pero el conjunto TCP/IP es el más habitual. (Bilbao, 2007)

Fue creado en 1972 por el ejército estadounidense y es el estándar de sus comunicaciones desde 1982. En la actualidad puede conectar ordenadores de todo el mundo con diferentes sistemas operativos.

Audiencia: Los medios de comunicación dan mucha importancia a los datos de audiencia, puesto que quieren saber cuánta gente los escucha (caso de la radio), los ve (caso de la televisión y el cine) o los lee (caso de los medios impresos). Pero no sólo eso, sino que, además, necesitan conocer qué tipo de personas están al otro lado del aparato receptor o de los ejemplares vendidos. Es lo que se llama el perfil de la audiencia. Este término engloba un determinado tipo de información sobre el público como el sexo, la edad, el estado civil, el nivel cultural, la clase social o el lugar de residencia, entre otros aspectos. (<http://recursos.cnice.mec.es>, 2012)

En este apartado vamos a explicarte cuáles son los estudios que analizan las audiencias en radio y cómo hacen para obtener todos los datos que antes hemos mencionado.

Quizás alguna vez te hayas preguntado por qué son tan importantes los índices de audiencias.

Julián Bravo, presidente ejecutivo de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, lo aclara muy bien: "todos los medios de comunicación persiguen la audiencia, y su maximización. La audiencia como un número, que, cuanto mayor, mejor indicará la influencia y hasta la calidad del medio. El número de la audiencia quita y pone figuras y programas de radio y televisión, sostiene o hunde revistas y diarios". Efectivamente, el nivel de audiencia tiene una enorme influencia porque puede ser definitivo en la vida de un programa por una cuestión de prestigio y porque cuanto mayor éxito tenga, mayores beneficios tendrá (sobre todo en inversión publicitaria).(audiencia en la radio) (<http://recursos.cnice.mec.es>, 2012)

Tunein radio: TuneIn Radio y es una aplicación que permite escuchar cientos de radios de todo el mundo. TuneIn Radio es más que una herramienta para escuchar radio online, también es una biblioteca virtual para hallar emisoras de todas partes del mundo. Esta aplicación multiplataforma está disponible tanto para dispositivos móviles como ordenadores. (Spoots, 2015)

Lo realmente interesante de TuneIn es que permite acceder a las emisoras locales sin tener que hacer uso de la radio de tu móvil, por lo que no tendrás problemas de señal ya que se utiliza la conexión a Internet. (Spoots, 2015)

Estos son algunos beneficios que podemos encontrar en la aplicación de TuneIn:

- Reproduce más de 100,000 estaciones de radio de todo el mundo, incluyendo deportes, noticias, programación hablada y música.
- Encuentra y sigue tus podcasts favoritos
- Reproduce estaciones exclusivas de tu podcast o artista favorito las 24 horas del día y los 7 días de la semana
- Comparte lo que escuchas con tus amigos.

Streaming: El streaming simplemente es la tecnología que nos permite ver un archivo de audio o video directamente desde internet en una página o aplicación móvil sin descargarlo previamente a nuestro dispositivo. Lo visualizamos a medida que va descargando al PC, Tableta o Smartphone. (Cehis.net, 2013)

Una transmisión de streaming nunca queda almacenada en el equipo del usuario, razón por la cual la hace un poco más segura para evitar plagio o que capturen el archivo de audio/video. Además, permite ver u oír transmisiones en vivo y en directo a través de reproductores específicos o en una página web a través de flash player o HTML5. (Cehis.net, 2013)

Página web: La World Wide Web o www nace a principios de los años 90 en Suiza. Su función es ordenar y distribuir la información que existe en internet. (Salinas, 2015)

La World Wide Web se basa en hipertextos, es decir, páginas en las que se pueden insertar hipervínculos. Estos conducen al usuario de una página web a otra o a otro punto de esa web.

Existen sistemas de escritura para las páginas llamados "Lenguaje de marcado". El más utilizado es el HTML o "Hyper Text Markup Lenguaje" (Lenguaje de marcas de hipertexto). Con esta escritura se dan las órdenes para que la información se presente de uno u otro modo en las páginas web. Las marcas ("tags" o etiquetas) permiten dar formato al texto y combinarlo con otros elementos multimedia. Esta página es un hipertexto HTML. Protocolo HTTP y direccionamiento URL (Salinas, 2015)

Barra de direcciones El protocolo HTTP se creó para que los hipertextos, hipervínculos e hipermedias cumplan su función. Son las siglas de Hypertext Transfer Protocol o Protocolo de Transferencia de Hipertexto. Funciona siguiendo cuatro pasos básicos: la conexión, la solicitud, la respuesta y la desconexión. Es considerado un protocolo sin estado porque no guarda información sobre las transacciones que hace. (<http://neo.lcc.uma.es>, s.f.)

El direccionamiento URL sirve para nombrar la localización de la información a la que queremos acceder en internet a través de un sistema estándar de caracteres. Cada uno de los recursos de información en la red tiene una URL única. Con esta dirección el navegador accede a la página y nos la muestra.

Navegadores y buscadores Icono de Google Para navegar por internet se necesita un programa que pueda acceder a las páginas web. Estos programas se llaman navegadores y los más conocidos son Internet Explorer, Mozilla Firefox y Google Chrome. (Aula Clic , 2014)

Según Start media (2003), la Worl Wide Web es tal vez el punto más visible de internet, y hoy en día el más usado junto con el correo electrónico, aunque también es de los más recientes.

Originalmente denominado proyecto WWW y desarrollado en el CERN Suizo a principios de los 90, partió de la idea de definir un “un sistemas de hipermedios distribuidos” la WWW puede definirse básicamente como tres cosas: hipertexto, que es un sistemas de enlaces que permiten saltar de unos lugares a otros; multimedia, que hace referencia al tipo de contenidos que puede manejar (texto, gráficos, video, sonido y otros) e internet, las bases sobre todo lo que se transmite la información. (Ozkar, 2008)

Posicionamiento: El posicionamiento comienza con un producto que puede ser un artículo, un servicio, una compañía, una institución e incluso una persona. El posicionamiento no se refiere al producto, sino a lo que se hace con la mente de los probables clientes; o sea, cómo se ubica el nombre del producto en la mente de éstos. El posicionamiento es el trabajo inicial de meterse a la mente con una idea. (Barron, 2000)

No es adecuado llamar o calificar el "posicionamiento del producto", como se le hiciera algo al producto en sí, sino como afirmamos en el párrafo anterior, se trata, si cabe la expresión, del alojamiento en la mente del individuo, con el nombre, la imagen y la figura del producto. (Barron, 2000)

El norteamericano Jack Trout, autor del libro Posicionamiento, viene demostrando desde hace 30 años la estrategia de posicionamiento como herramienta principal en los negocios. El destacado intelectual, experto en el tema afirma, "Que en el mundo de los negocios hay que pensar con la mente de los consumidores", sobre todo en esta época de excesiva competencia en la economía globalizada, en el concepto de éxito de los negocios hoy día es DIFERENCIAR, DIFERENCIA Y DIFERENCIAR, Trout agrega "más vale que tenga una idea que lo diferencie; de lo contrario será preferible que tenga un precio bajo porque si se queda en el medio (entre una buena idea y precios bajos) lo van a desaparecer del mercado. (Barron, 2000)

Uno de los aspectos más importantes del posicionamiento es el nombre del producto: "un buen nombre es captado fácilmente por la mente, mientras que un nombre no logra entrar en la mente porque suele ser complicado o confuso". (Barron, 2000)

El posicionamiento es el primer paso en los negocios, definiendo para esto lo que se denomina el "ángulo mental competitivo"; es decir, es el ángulo lo que se va a trabajar en la mente del consumidor potencial y una vez conseguido, se convierte en estrategia. (Barron, 2000)

2.2 Enfoque Legal

EL MINISTRO (E) DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES

En ejercicio de sus facultades legales, especialmente las conferidas por las Leyes 80 de 1993, 1150 de 2007, 1341 de 2009 y por los Decretos 091 y 174 de 2010 y CONSIDERANDO QUE:

De conformidad con lo establecido en la Ley 80 de 1993 y en la Ley 1341 de 2009

Corresponde al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, otorgar las concesiones para la prestación del servicio de radiodifusión sonora y expedir la reglamentación del mismo.

El párrafo del artículo 58 de la Ley 1341 de 2009 dispone que el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará el Título VIII: De la Radiodifusión Sonora.

Que por lo expuesto debe expedirse el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora.
Servicio de radiodifusión sonora

Artículo 1°. Objeto. La presente resolución tiene por objeto expedir el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora que desarrolla los alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los

proveedores; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio, así como su clasificación y las condiciones de cubrimiento del mismo.

Artículo 2°. Términos y definiciones. Para los efectos de la presente resolución se adoptan los términos y definiciones que en materia de telecomunicaciones ha expedido la Unión

CONTINUACIÓN DE LA RESOLUCIÓN NÚMERO 00415 DE 13 ABR.2010

“Por el cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones.

Internacional de Telecomunicaciones, UIT, a través de sus organismos reguladores, las de los Planes Técnicos Nacionales de Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A. M.) y Frecuencia Modulada (F. M.) adoptados por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Artículo 3°. Radiodifusión sonora. La radiodifusión sonora es un servicio público de telecomunicaciones, a cargo y bajo la titularidad del Estado, orientado a satisfacer necesidades de telecomunicaciones de los habitantes del territorio nacional y cuyas emisiones se destinan a ser recibidas por el público en general.

Artículo 4°. Finalidad. Sin perjuicio del ejercicio de la libertad de expresión, información y demás garantías constitucionales, los proveedores del Servicio de Radiodifusión Sonora contribuirán a difundir la cultura y afirmar los valores esenciales de la nacionalidad ,colombiana

y fortalecer la democracia. En los programas radiales deberá hacerse buen uso del idioma castellano.

Artículo 5°. Principios. La aplicación, cumplimiento, desarrollo e interpretación de las normas relativas al Servicio de Radiodifusión Sonora previstas en esta resolución tendrán por objeto la observancia de los siguientes principios:

1. Difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y fortalecer la democracia.
2. Garantizar el pluralismo en la difusión de información y opiniones, así como asegurar los derechos y garantías fundamentales de la persona.
3. Hacer efectiva la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a la veracidad e imparcialidad en la información, y la preeminencia del interés general sobre el particular.
4. Asegurar el respeto al pluralismo político, ideológico, religioso, étnico, social y cultural.
5. Promover el desarrollo político, económico, social y cultural de la población, y la formación de los individuos con sujeción a las finalidades del servicio.
6. Permitir la libre y leal competencia en la prestación del servicio.
7. Asegurar el acceso equitativo y democrático en igualdad de condiciones a las concesiones del servicio y al uso del espectro radioeléctrico atribuido para su prestación.
8. Ejercer los derechos de rectificación y réplica.
9. Asegurar la libre expresión de las personas, con sujeción a las leyes y reglamentos sobre la materia.

10. Garantizar como derecho fundamental de la persona la intimidad individual y familiar contra toda intromisión en el ejercicio de la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora.

CONTINUACIÓN DE LA RESOLUCIÓN NÚMERO 00415 DE 13 ABR.2010

“Por el cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones.

11. Garantizar como derecho fundamental de los niños: la vida, la integridad física, la educación, la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión.
12. Garantizar que los derechos de los niños prevalezcan sobre los derechos de los demás.

Artículo 6°. Régimen normativo. Al Servicio de Radiodifusión Sonora le son aplicables los derechos, garantías y deberes previstos en la Constitución Política, la Ley 80 de 1993, la Ley 1098 de 2006, la Ley 1150 de 2007 y la Ley 1341 de 2009, las normas previstas en esta resolución, los planes técnicos nacionales de radiodifusión sonora que integren el Plan General de Radiodifusión Sonora, las demás disposiciones que regulen la materia, así como las normas que las modifiquen, sustituyan o reglamenten.

Parágrafo: Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora. Es el instrumento mediante el cual el Gobierno Nacional desarrolla jurídicamente la política del servicio determinada en la ley, y establece la ordenación técnica del espectro radioeléctrico atribuido a este servicio.

Hacen parte del plan las normas contenidas en los reglamentos y en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A. M.) y en Frecuencia Modulada (F.

M.). Con fundamento en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora, se otorgan las respectivas concesiones.

Artículo 7°. De la prestación del servicio en gestión directa. El Estado prestará el Servicio de Radiodifusión Sonora en gestión directa por conducto de entidades públicas debidamente autorizadas, por ministerio de la ley o a través de licencia otorgada directamente por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Artículo 8°. De la prestación del servicio en gestión indirecta. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones otorgará las concesiones para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora en gestión indirecta mediante contrato o licencia, previa la realización del procedimiento de selección objetiva, en los términos establecidos en la ley y en esta resolución.

Artículo 9°. Continuidad en la prestación del servicio. El Servicio de Radiodifusión Sonora deberá prestarse en forma continua, eficiente y en libre y leal competencia en el área de servicio de la estación con sujeción a las normas previstas en esta disposición.

Está autorizada la suspensión temporal de las transmisiones por un periodo igual o inferior a 15 días, para efectos de mantenimiento de los equipos y elementos de la estación de Radiodifusión sonora. Sin embargo, el proveedor deberá informar con cinco (5) días de Anticipación al Ministerio.

Igualmente, deberá dar aviso al público con cinco (5) días de anterioridad a la suspensión Transmitiendo como mínimo un mensaje radial diario al respecto. La suspensión de las transmisiones superiores al término antes mencionado, requiere autorización previa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Para el efecto, el proveedor deberá indicar las causas que la motivan y el término de Suspensión del servicio, que no podrá exceder de treinta (30) días y será evaluado por el Ministerio, quien podrá ajustarlo en aras de garantizar la continuidad en la prestación del Servicio. (RADIO DIFUSIÓN SONORA EN COLOMBIA)

***MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACION Y LAS
COMUNICACIONES***

"Por el cual se establece el régimen unificaa~econtr~restaciones, por concepto de concesiones, autorizaciones y permisos en materia de servicios de radiodifusión sonora y se dictan otras disposiciones"

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

En ejercicio de sus facultades constitucionales, legales y en especial las que le confieren el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política, los artículos 18 numerales 8 y 19 c) y 62 de la Ley 1341 de 2009.

DECRETA:

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- OBJETO ALCANCE Y CONTENIDO.- Este decreto tiene por objeto establecer el régimen unificado de las contraprestaciones por concepto de concesiones, autorizaciones, permisos, licencias y registros que se otorguen en materia de servicios de radiodifusión sonora, así como los trámites para su liquidación, cobro, recaudo y pago.

El presente régimen unificado de contraprestaciones se aplica a todos los concesionarios habilitados para la prestación del servicio de radiodifusión sonora.

ARTÍCULO 2.- CONCEPTOS QUE DAN LUGAR A CONTRAPRESTACIONES. Salvo las excepciones que contienen este decreto o normas de igual o superior jerarquía, toda concesión, autorización, permiso o registro que se confiera o se realice en materia de radiodifusión sonora dará lugar al pago de las contraprestaciones señaladas en este decreto o en las normas que lo subroguen, modifiquen, aclaren o desarrollen, conforme a los términos y trámites fijados para el efecto en el presente decreto.

ARTÍCULO 3.-INDEPENDENCIA ENTRE LA CONCESIÓN PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN SONORA Y EL PERMISO PARA USAR EL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO ASIGNADO.

La concesión para la prestación del servicio de radiodifusión sonora es independiente y distinta del permiso para usar el espectro radioeléctrico asignado. En consecuencia, la asignación de frecuencias, el ámbito de operación de las mismas y el pago derivado de estos conceptos se regirán por las normas previstas para el efecto, y darán lugar al pago de las contraprestaciones previstas en el del presente decreto y las normas que lo sustituyan, modifiquen, o adicionen.

ARTÍCULO 4.- DERECHOS. Los concesionarios de servicios de radiodifusión sonora que estén obligados a pagar las contraprestaciones al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones con motivo de concesiones, autorizaciones, permisos o registros tendrán derecho a:

- a) Pagar las contraprestaciones a que hubiere lugar con sujeción únicamente a los términos y condiciones establecidos en el presente régimen unificado de contraprestaciones, las demás normas aplicables y los correspondientes títulos habilitantes;
- b) Que se les reconozca y acredite la cancelación de las sumas pagadas;
- c) Solicitar que los pagos realizados en exceso les sean imputados a obligaciones futuras o restituidos con arreglo a los trámites establecidos, según la decisión que adopte quien efectúa el pago;
- d) Presentar reclamos y solicitudes de reliquidación o revisión sobre las contraprestaciones que se les cobren;
- e) Exigir la confidencialidad sobre la información que con tal carácter suministren al Ministerio para el cumplimiento de sus obligaciones;

- f) Intervenir en los procedimientos administrativos que se adelanten en su contra por el incumplimiento de sus obligaciones;
- g) Que se resuelvan oportunamente sus peticiones en materia de contraprestaciones. (LAS, 2010)

Ley 1341 de 2009

Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones.

Establece:

Lineamientos generales para la prestación de los servicios de Radiodifusión Sonora
Obligación de pago de contraprestaciones por concesión y por uso del espectro del Servicio de Radiodifusión Sonora.

Obligación de registro TIC de Radiodifusión Sonora Funciones del Ministerio TIC
(Política, Reglamentación, planes técnicos e inspección vigilancia y control del Servicio de Radiodifusión Sonora).

Funciones de Agencia Nacional del Espectro (Vigilancia y control del Espectro radioeléctrico) Principios de la radiodifusión Sonora.

Condiciones, clasificación y procedimiento para la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora. Obligación de Licencia para transmisión de Programas informativos o periodísticos.

Condiciones para cesión y transferencia de derechos de concesión, arrendamiento de emisoras. Régimen de infracciones y sanciones. (ley 1341, 2009)

Resolución 1645 de 2005

Por la cual se Reglamenta el Decreto 195 de 2005

Esta norma complementa la obligación del concesionario de radio de realizar mediciones de emisiones radioeléctricas establecida en el decreto 195 de 2005.

Adopta los modelos de categorías de accesibilidad de las fuentes de radioeléctricas.

Define las fuentes radioeléctricas inherentemente conformes.

Define el formato de Declaración de Conformidad de Emisión Radioeléctrica.

Establece la metodología de medición para evaluar la conformidad de las Estaciones Radioeléctricas

Establece el procedimiento de ayuda para reducir el porcentaje de radiación mediante técnicas de mitigación, en el caso de la superación de los límites máximos de exposición.

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

3.1.1 Muestra. A partir de la población se sacó una proporción representativa para realizar la investigación, la cual refleja las características que definen la población del cual se ha tomado.

La población objeto del proyecto la constituye la base de datos de los estudiantes de la Escuela Normal Superior de Ocaña, conformada por 259 estudiantes según la secretaria de la institución.

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(E)^2(N - 1) + (Z)^2 * P * Q} ; \text{ donde}$$

$$(E)^2(N - 1) + (Z)^2 * P * Q$$

$$n = \text{Muestra} = ? \quad N = \text{Población} = 259$$

$$Z = \text{Nivel de Confiabilidad} = 1.96 \quad p = \text{porcentaje de aceptación} = 0.5 \quad q = \text{Porcentaje de rechazo} = 0.5$$

$$E = \text{Margen de Error} = 0.07$$

$$n = \frac{259 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(259 - 1) (0.07)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$(259 - 1) (0.07)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = \frac{248,7436}{2.2246}$$

$$2.2246$$

$$n = 112$$

3.1.2 Encuesta inicial. Esta encuesta fue realizada a los estudiantes de la Escuela Normal Superior de Ocaña, Con el fin conocer la apreciación que tienen los estudiantes por la emisora radiogógica que es una dependencia pedagógico comunicacional.



Figura 2. ¿Sabe usted que es Radiogógica?

Fuente: Autores del proyecto.

¿Sabe usted que es radiogógica?

La emisora institucional de la escuela normal superior de Ocaña es un proyecto pedagógico propio de la institución, que se creó con el propósito de desarrollar destrezas comunicativas en los estudiantes y ocupar su tiempo libre.



Figura 3. ¿Le gusta a usted Radiogógica?

Fuente: Autor del proyecto.

¿Le gusta a usted radiológica?

Los estudiantes de la Escuela Normal Superior de Ocaña muestran un evidente desinterés por la emisora de la institución.



Figura 4 ¿En qué momento del día escucha usted Radiológica?

Fuente: Autor del proyecto

La emisora radiológica tiene una parrilla de programación que empieza desde las 8:00 AM 12:00 PM Y 2:00 PM- 6:00 PM donde tiene variedad de temas y en las horas de la noche hay repeticiones de los programas con más audiencia en el día anterior.

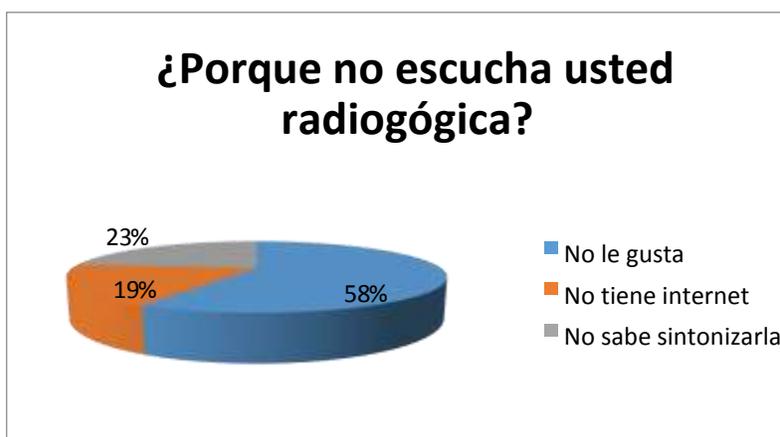


Figura 5 ¿Porque no escucha usted Radiológica?

Fuente: Autor del proyecto.

La emisora radiológica es una emisora online, que necesita de acceso a internet para su transmisión por lo tanto los estudiantes que no tiene internet no se pueden conectar con la emisora.

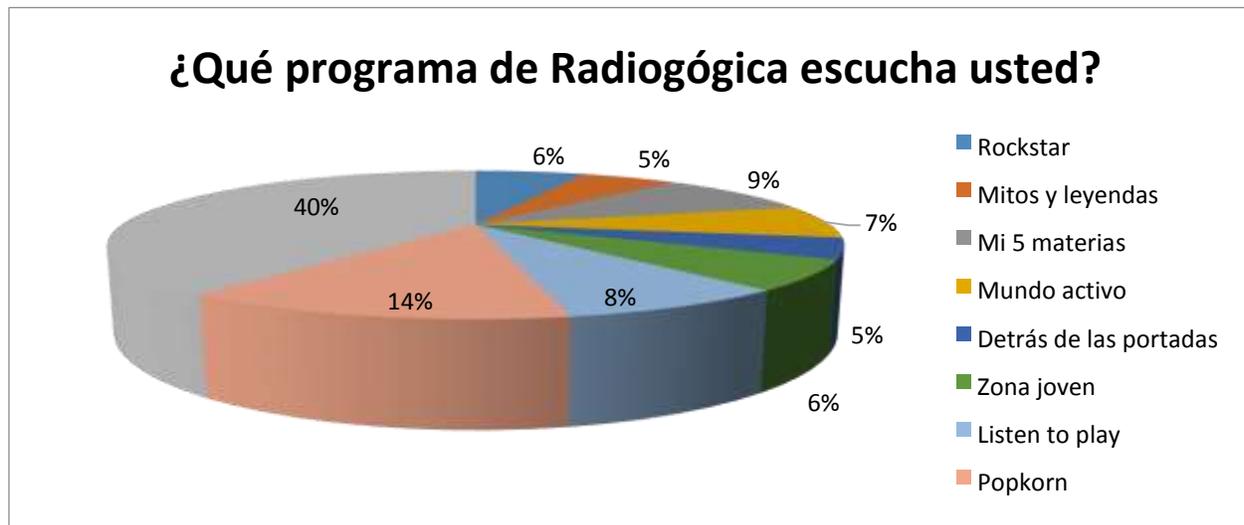


Figura 6 ¿Qué programa de Radiológica escucha usted?

Fuente: Autor del proyecto

Radiológica tiene una parrilla de programación de 16 programas donde varían su temática, deporte, cultura, música, salud y problemáticas sociales en la gráfica muestra los programas que algunos estudiantes de la institución escuchan.



Figura 7 ¿Qué géneros musicales le gustaría escuchar en Radiológica

Fuente: Autor del proyecto

Radiológica es una emisora que tiene un perfil rock- pop motivo por el cual los estudiantes no la escuchan y manifiestan querer escuchar otro tipo de géneros musicales.

Según la encuesta aplicada a los estudiantes de la escuela normal superior se puede observar que muchos de los estudiantes ni siquiera saben que hay una emisora en la institución, y los que saben que esta existe, no saben cómo sintonizarla, inconvenientes que hacen que la emisora tenga poca audiencia, debido a su desconocimiento total.

Análisis de la encuesta

Realizando la encuesta se puede ver que hay desconocimiento de los estudiantes hacia la emisora, también se pudo analizar que la parrilla y los géneros transmitidos por la emisora no son llamativos hacia el público.

Como la emisora Radiológica es una emisora online necesita de conexión a internet para su transmisión, entonces muchos estudiantes no tienen acceso a internet y por esta razón no sintonizan la emisora.

3.1.3 Encuesta final. Esta encuesta fue realizada a los estudiantes de la Escuela Normal Superior de Ocaña, con el fin conocer la apreciación que tienen los estudiantes por la emisora radiológica después de haber desarrollado el evento y varias actividades en la institución.



Figura 8. ¿Ha empezado usted a escuchar Radiológica?

Fuente: Autor del proyecto

El nivel de audiencia de la emisora subió notablemente, ya que el enlace de sintonización de la emisora fue compartido todo el tiempo.



Figura 9. ¿En qué horario escucha usted Radiológica?

Fuente: Autor del proyecto

Los estudiantes de la escuela normal superior Ocaña les gustan la parrilla de programación que maneja la emisora en las horas de la tarde y noche que son los tiempos que los estudiantes no se encuentran en la institución.



Figura 10 ¿Le gusta a usted la parrilla de programación que maneja radiológica?

Fuente: Autor del proyecto

La parrilla de programación se muestra agradable por parte de los estudiantes ya que después de varios cambios efectuados la audiencia ha subido.

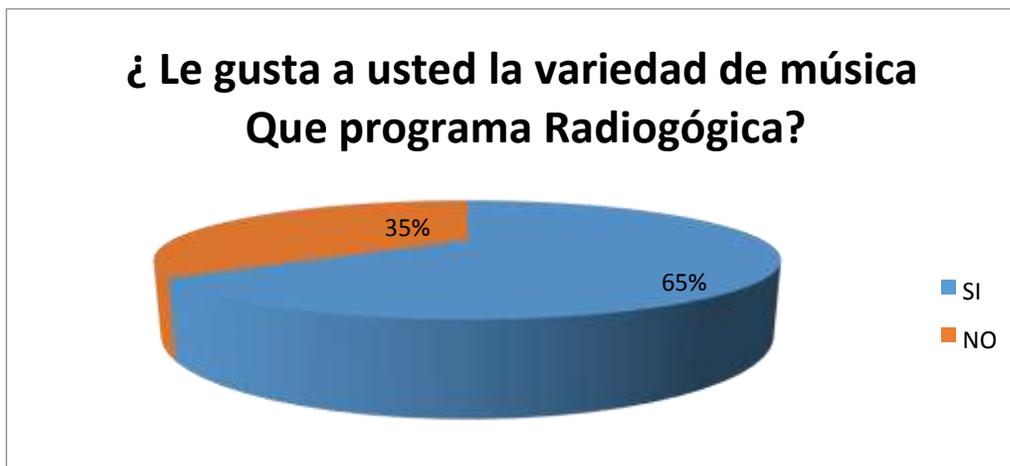


Figura 11. ¿Le gusta a usted la variedad de música que programa Radiológica?

Fuente: Autor del proyecto

La emisora radiológica implementó diferentes géneros musicales en franjas.

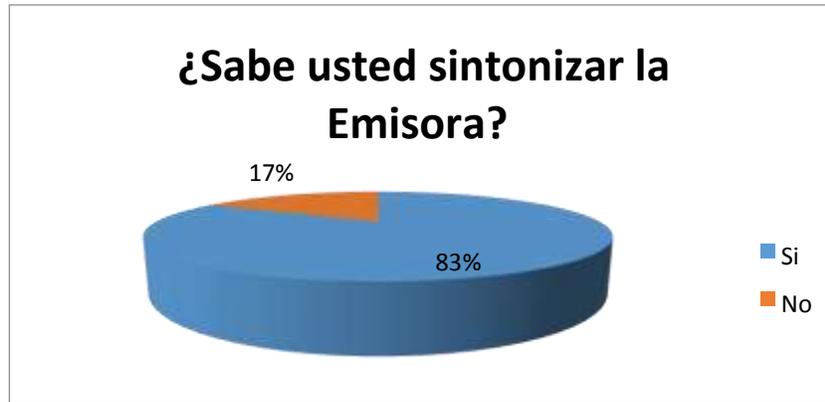


Figura 12 ¿Sabe usted sintonizar la emisora?
Fuente: Autor del proyecto.

La mayoría de los estudiantes de la escuela normal superior de Ocaña, tienen conocimiento de cómo sintonizar la emisora radiogónica por medio de los diferentes enlaces.

Análisis de la encuesta final

Después de haber diseñado una página web propia de la emisora y de haber promocionado los enlaces de la emisora a través de nuestras redes sociales y en los eventos del colegio se logró tener una mayor audiencia durante estos 4 meses.

3.1.4 Diseño de un portal web. Se hizo necesaria la implementación de un portal web para que a los estudiantes de la institución se les facilitara el acceso a la emisora con el fin de establecerlo como conexión directa en la página del colegio y este portal permitirá ver la programación que corresponde a cada día.

En el diseño del portal web se utilizó como color principal el verde ya que es un color institucional que identifica la Escuela Normal Superior de Ocaña, de igual manera las imágenes corresponden a estudiantes de la misma.

En este portal web se encuentra todo lo correspondiente a la emisora Radiológica.



Figura 13. Portal web Radiológica
Fuente: Autor del proyecto.

Representación gráfica del portal web de Radiológica s.f

3.1.5 Realización de un video de promoción de la emisora. Con la intención de dar a conocer la emisora institucional Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña se vio necesaria la elaboración de un video para promocionar la emisora en las páginas sociales del

colegio y de la emisora, con el fin de aumentar la audiencia y el interés de los estudiantes por este proyecto pedagógico comunicacional .



Figura 14. Video Institucional para la promoción de la emisora

Fuente: Autor del proyecto.

3.1.6 Elaboración de fichas graficas

Se realizaron fichas graficas como:

- Camiseta con el logo de la emisora para el personal de Radiogògica.
- Stickers para los automóviles de la institución
- Diseño de un afiche con los enlaces de la emisora y con sus redes sociales para distribuirlos por la institución.

Camisetas

Camisetas diseñadas con el logo de la emisora para las practicantes de la misma, se diseñaron el color y negro y gris, siendo colores neutros donde resalte el logo de la emisora que

está compuesto por el color blanco y el color verde dando así una buena apariencia para que sea legible.



Figura 15. Camisetas

Fuente: Autor del proyecto.

Stickers

Los stickers se diseñaron con el logo de la emisora en un fondo blanco para una mayor percepción, siendo así el color blanco un color neutro donde el logo se verá con mayor claridad.

Estos stickers se hicieron con el fin de que los docentes de la institución y los estudiantes los coloquen en sus vehículos, para así incentivar en cada momento a que se conecten con la emisora.



Figura 16. Stickers

Fuente: Autor del proyecto.

Afiche

Se diseñó un afiche con el logo de la emisora, con los enlaces para sintonizar la emisora y con todas las redes sociales, para ubicarlo en diferentes partes de la institución para que los estudiantes se conecten y así aumentar audiencia. Para el afiche se utilizó los colores verde, blanco y negro.

Verde color institucional, blanco y negro colores neutros.



Figura 17. Afiche

Fuente: Autor del proyecto

3.1.7 Habilitación de la aplicación. En la emisora Radiológica ya existía una aplicación para sistemas operativos android, se trata una aplicación que se encuentra en la play store y es un enlace directo para la emisora, inicialmente la aplicación estaba deshabilitada, pero con la ayuda de un ingeniero ya esta se encuentra en total funcionamiento.



Figura 18 Aplicación disponible para android

Fuente: Autor del proyecto.

3.1.8 Audiencia. Después de un seguimiento de audiencia durante una semana la emisora Radiográfica registraba un oyente diario.



Figura 19. Oyentes antes

Fuente: Autor del proyecto

Después de varias semanas trabajando en la institución para mejorar la audiencia, esta subió notablemente después de haber realizado las actividades pertenecientes a mis objetivos específicos.

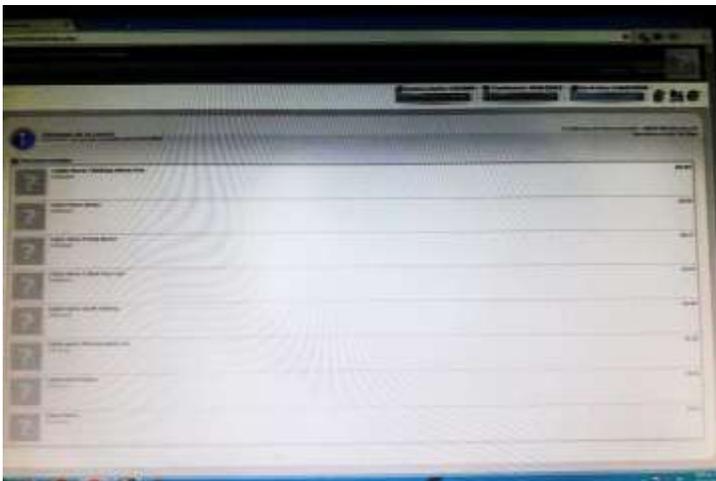


Figura 20. Oyentes después

Fuente: Autor del proyecto.

En la emisora se trabaja con un auto dj, que registra solo oyentes que están conectados desde un pc, no teniendo así un registro de las personas que se conectan por medio de teléfonos celulares, televisores y iPod por ese motivo se hizo un registro de oyentes por medio de las redes sociales y del portal web



Figura 21. Reporte de audiencia

Fuente: Autor del proyecto.

Capítulo 4. Diagnostico Final

El trabajo de grado titulado “Diseño de una estrategia de comunicación para posicionar la emisora Radiológica de la Escuela Normal Superior de Ocaña se cumplió con el desarrollo de los objetivos asignados dentro de los cuatro meses que se estipuló realizar el plan de trabajo. Donde se acordó con el Coordinador de pasantía y el Director del proyecto la elaboración de cada actividad establecida en el cronograma de actividades, la recopilación de datos sobre el desconocimiento de la emisora, Dando a conocer La debilidades con las que cuentan los estudiantes de la institución.

El desarrollo del trabajo logró aumentar el número de oyentes de la emisora gracias a la realización de las diferentes actividades propuestas en los objetivos, donde los estudiantes se mostraron interesados por pertenecer y por sintonizar la emisora Radiológica pasando inicialmente de un oyente diario a cuarenta y ocho oyentes diarios.

Capítulo 5. Conclusiones

Realizar una estrategia de comunicación para posicionar la emisora institucional de la Escuela Normal Superior de Ocaña es una gran oportunidad para que los estudiantes conozcan el proyecto pedagógico comunicativo que les brinda la institución. Para esto fue necesario hacer un diagnóstico que nos permitiera conocer la apreciación que estos tenían de la misma.

Se realizó un evento para todos los docentes y estudiantes de la institución donde se les dio a conocer todo sobre la emisora desde su creación hasta su parrilla de programación, evento que fue acogido por los estudiantes ya que manifestaron gran interés por hacerse miembro de la emisora y también en las redes sociales fue evidente el aumento de oyentes ya que reportaban audiencia en los diferentes programas.

Capítulo 6. Recomendaciones

Para que se dé solución al desconocimiento de la emisora institucional de la Escuela Normal Superior de Ocaña, es importante que se mantenga la implementación de la estrategia comunicativa para lograr el objetivo propuesto y darle un seguimiento constante a la audiencia de la emisora.

Además es importante que el plan estratégico se actualice cada mes del año para que se logren los resultados que ayudan a fortalecer la audiencia diaria y la interacción de locutor – oyente por medio de los diferentes enlaces de transmisión de la emisora y sus diferentes páginas.

Se recomienda hacer cambios constantes en la parrilla de programación para innovar y así entretener al oyente con temas de interés general y con variedad de música.

Referencias

Aula Clic . (Septiembre de 2014). Obtenido de Navegadores :

http://www.aulacli.es/internet/t_3_1.htm

Barron, R. (2000). *EL POSICIONAMIENTO Una estrategia de éxito para los negocios*. Obtenido de

<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2000/segundo/posicionamiento.htm>

Bilbao, J. (2007). *Diferencias Entre Web 2*. Obtenido de

<http://es.calameo.com/books/003341822c3ede7cbae26>

Cehis.net. (Febrero de 2013). Obtenido de ¿Qué es y para qué sirve el streaming?:

<http://cehis.net/sitio/ayuda-video-streaming/asistencia-y-soporte/base-de-conocimiento-faq/ayuda-video-streaming/que-es-y-para-que-sirve-el-streaming>

Colombia Aprende . (27 de Noviembre de 2009). Obtenido de Radio Escolar :

<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/TVeducativa/1600/w3-article-239771.html>

Escolares.net. (2014). Obtenido de La Radio: <http://www.escolares.net/lenguaje-y-comunicacion/la-radio/>

Fuentes, K. (23 de Septiembre de 2014). *MEDIOS DE COMUNICACION EN LINEA*. Obtenido de <http://comunicacionlin.blogspot.com.co/>

<http://neo.lcc.uma.es>. (s.f.). *Herramientas WEB para la enseñanza de protocolos de comunicacion* . Obtenido de el protocolo HTTP:

<http://neo.lcc.uma.es/evirtual/cdd/tutorial/aplicacion/http.html>

<http://recursos.cnice.mec.es>. (2012). *Las Audiencias de la radio*. Obtenido de

<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque6/pag5.html>

MASMUSICA.FM. (s.f.). Obtenido de RADIORAMA:

<https://www.masmusica.fm/programacion/radorama/>

Ozkar. (Noviembre de 2008). Obtenido de Historia de el Internet:

<http://ozkar1.blogspot.com.co/2008/11/historia-de-el-internet.html>

Radios Libres. (06 de Agosto de 2014). Obtenido de qué es una radio en línea y cuáles son sus

ventajas: <https://radioslibres.net/article/que-es-una-radio-en-linea-y-ventajas/>

Ramiro. (Septiembre de 2016). *Contacto sonoro*. Obtenido de Qué es una radio en línea y

cuáles son sus ventajas: <http://contactosonoro.com.co/?p=2308>

Salinas, L. (7 de Marzo de 2015). *HISTORIA DE LA WORLD WIDE WEB (WWW), WEB 2.0*.

Obtenido de <https://laurasalinasolarte.wordpress.com/2015/03/07/historia-de-la-world-wide-web-www-web-2-0/>

Spoots. (2015). Obtenido de Qué es TuneIn y cómo funciona – Ventajas y desventajas:

<https://www.spoots.com/es-tunein-y-como-funciona-ventajas-y-desventajas>

www.definicionabc.com. (s.f.). *Definicion ABC* . Obtenido de Emisora de Radio - Definicion

Que es : <https://www.definicionabc.com/audio/emisora-radio.php>

Apéndice

Formato de encuesta Inicial



Universidad
Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia

NT. 800 163 130 - 0

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL

Formato de encuesta dirigido a los estudiantes de la escuela normal superior de Ocaña

OBJETIVO: conocer la apreciación que tiene los estudiantes por la emisora.

Edad _____ sexo _____ grado _____

1. ¿Sabe usted que es Radiológica?

Si _____

No _____

2. ¿Le gusta a usted radiológica?

Si _____

No _____

3. ¿En qué momento escucha usted radiológica?

A) Mañana

B) Tarde

C) Noche

D) Nunca

4. ¿Por qué no escucha usted Radiológica?

A) No le gusta

B) No sabe sintonizarla

C) No tiene internet

5. ¿Qué programa de radiológica escucha usted?

6. ¿Qué géneros musicales le gustaría escuchar en Radiológica?

¡Gracias!



Universidad
Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
NIT. 800 163 130 - 0

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL

Formato de encuesta dirigido a los estudiantes de la escuela normal superior de Ocaña

OBJETIVO: conocer la apreciación que tiene los estudiantes por la emisora después de las estrategias aplicadas.

Edad _____ sexo _____ grado _____

1. ¿Ha empezado usted a escuchar radiogógica?
SI _____ NO _____

2. ¿En qué horario escucha usted radiogógica?

- A) Mañana
- B) Tarde
- C) Noche

3. ¿Le gusta a usted la parrilla de programación que maneja radiogógica?
SI _____ NO _____

4. ¿le gusta a usted la variedad de música que programa radiogógica?
SI _____ NO _____

5. ¿Sabe usted sintonizar la emisora radiogógica?
SI _____ NO _____

¡GRACIAS!