



EVOLUCIÓN MEDIÁTICA: PROCESO DE CONVERGENCIA DE LA EMISORA RADIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA 1.160 AM A LAS TIC

ANGELY GABRIELA NIETO GARCÍA

1193301737

DERLY BIBIANA CAMPILLO VERGARA

1005054074

JAVIER ANDRÉS GELVES MURILLO

1090515559

COMUNICACIÓN SOCIAL, AMPLIACIÓN CÚCUTA

NORTE DE SANTANDER

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES



UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

2024

**EVOLUCIÓN MEDIÁTICA: PROCESO DE CONVERGENCIA DE LA EMISORA
RADIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA 1.160 AM A LAS TIC**

ANGELY GABRIELA NIETO GARCÍA

DERLY BIBIANA CAMPILLO VERGARA

JAVIER ANDRÉS GELVES MURILLO

Tutora

C.s. Mg. MARÍA ESPERANZA RODRÍGUEZ SUÁREZ

Modalidad de trabajo de grado: Producción para Medios de Comunicación Radio

COMUNICACIÓN SOCIAL, AMPLIACIÓN CÚCUTA

NORTE DE SANTANDER



FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

2024

Tabla de contenido

Capítulo I Problema	9
1.1 Contextualización.....	9
1.2 Descripción del problema comunicativo	19
2. Capítulo II Marco teórico.....	23
2.1 Antecedentes	23
2.1.1 Internacionales	23
2.1.2 Nacionales	28
2.1.3 Regionales	33
2.2 Bases Teóricas	38
2.2.1 Tecnologías de la información y la comunicación.....	38
2.2.2 Comunicación digital	40
2.2.3 Convergencia	42
2.2.4 Podcast.....	45
3. Capítulo III Propuesta de producción	48
3.1 Presentación de la propuesta	48
3.2 Objetivo	49
3.3 Público Objetivo	49
3.4 Cronograma de producción.....	50
3.5 Etapa de preproducción.....	52
3.5.1 Selección de fuentes y temas a consultar.....	52
3.5.2 Investigación periodística	53



3.5.3	Guiones requeridos para la producción	55
3.6	Etapa de producción	76
3.6.1	Grabación material sonoro	76
3.6.2	Selección y análisis del material	82
3.7	Etapa de postproducción.....	82
3.7.1	Edición y montaje de la producción radiofónica	82
3.7.2	Ficha técnica.....	83
3.7.3	Evidencia de la emisión de las producciones radiofónicas.....	88
4.	Capítulo IV Conclusiones y recomendaciones	89
4.1	Conclusiones	89
4.2	Recomendaciones.....	91



Lista de Tablas

Tabla 1 Cronograma.....	50
Tabla 2 Selección de fuentes y temas a consultar	52
Tabla 3 Guion primer episodio	55
Tabla 4 Guion segundo episodio: Evolución de la radio en la era digital	58
Tabla 5 Guion episodio tres: Tecnología y equipamiento en la radio contemporánea	60
Tabla 6 Guion episodio cuatro: Navegando en la economía de la convergencia radial.....	63
Tabla 7 Guion episodio cinco: Convergencia de medios: radio, podcast y redes sociales.....	66
Tabla 8 Guion episodio seis: Desafíos y oportunidades de la era digital	69
Tabla 9 Guion episodio siete: Periodista en la convergencia de medios radiales	71
Tabla 10 Guion episodio ocho: ¿Hacia dónde se dirige la radio?	73
Tabla 11 Ficha técnica primer episodio.....	83
Tabla 12 Ficha técnica segundo episodio	84
Tabla 13 Ficha técnica tercer episodio	84
Tabla 14 Ficha técnica cuarto episodio	85
Tabla 15 Ficha técnica quinto episodio	85
Tabla 16 Ficha técnica sexto episodio.....	86
Tabla 17 Ficha técnica séptimo episodio	86
Tabla 18 Ficha técnica octavo episodio.....	87



Lista de Figuras

Figura 1 Realización entrevista a William Gómez	77
Figura 2 Realización entrevista Alejandro Cortes	78
Figura 3 Realización entrevista Alfonso Bayona y José Ramírez	78
Figura 4 Entrevista a Karina Silva	79
Figura 5 Entrevista a Adriana Mora y Julieth Cano	79
Figura 6 Entrevista a Pedro Ortega	80
Figura 7 Entrevista a Fabian Silva	80
Figura 8 Entrevista a Julio César Peñuela	81
Figura 9 Captura de pantalla del proceso de edición en Adobe Audition	82
Figura 10 Carta Radio San José Universidad de Pamplona	88



Resumen

Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona 1160 AM es un medio de comunicación tradicional para la población nortesantandereana con más de cuarenta años al servicio de la comunidad. Es natural que durante todo este tiempo el medio se haya visto afectado por la evolución de las comunicaciones, las tecnologías de la información, la nueva generación web, la interacción entre periodistas con experiencia y los nuevos comunicadores sociales, entre otros factores más. El presente trabajo avanza en la investigación del proceso evolutivo de la emisora y lo presenta a través de un seriado de podcast que lleva por nombre ‘La Nueva Radio’.

Su estructura narra una contextualización que describe el inicio de la radio como instrumento innovador y un medio de comunicación con gran impacto social en las comunidades, pero inmerso en un constante desarrollo tecnológico y social que prueba capacidades de adaptación y evolución, relacionadas con producción, equipos técnicos, interacción, audiencias y comunicación digital. En este apartado se centra el problema comunicativo del trabajo investigativo.

En el aspecto metodológico se describe el enfoque cualitativo mediante la investigación descriptiva y exploratoria a través de la entrevista semiestructurada como instrumento de recolección de datos. Para ello, se gestionaron espacios con periodistas, técnicos, comunicadores sociales y masters que han sido partícipes de la evolución mediática de la emisora desde cada uno de sus campos, con el fin de construir el seriado de podcast con ocho capítulos desde diferentes campos que involucran esta convergencia mediática. La serie se transmitió en la emisora Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona 1160 AM y en la plataforma Ivoox.

Palabras claves: Tecnologías de la información, comunicación digital, convergencia, podcast.



Abstract

Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona 11:60 AM is a traditional means of communication for the northern Santander population with more than forty years serving the community. It is natural that during all this time the medium has been affected by the evolution of communications, information technologies, the new web generation, the interaction between experienced journalists and new social communicators, among other factors. This work advances the investigation of the evolutionary process of the station and presents it through a podcast series called 'La Nueva Radio'.

Its structure narrates a contextualization that describes the beginning of radio as an innovative instrument and a means of communication with great social impact within communities, but immersed in constant technological and social development that tests different capacities in terms of adaptation and evolution. , which have to do with production, technical equipment, interaction, audiences and digital communication, it is in this section where the communication problem of this investigative work focuses.

In the methodological aspect, the qualitative approach is described through descriptive and exploratory research through the semi-structured interview as a data collection instrument. To do this, spaces were managed with journalists, technicians, social communicators and masters who have been involved in the media evolution of the station from each of its fields, in order to build the podcast series with eight chapters from different fields that involve this media convergence. The series was broadcast on the Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona station 1160 AM and Ivoxx.

Keywords: Information technologies, digital communication, convergence, podcast.



Capítulo I Problema

1.1 Contextualización

Historia de la radio

La radio es un medio de comunicación masivo que rompió los esquemas en la primera mitad del siglo XX a causa de su innovación para la época y aplicación a diferentes formatos. Además, se consolidó como la primera invención en tener la capacidad de transmitir sonido (voz humana, música) a largas distancias. Sin embargo, la creación de esta herramienta se remonta al periodo comprendido entre 1831-1839 y nace de la diversidad de procesos investigativos liderados por el científico de la Royal Society británica, James Clerk Maxwell, sentando las bases del principio de la radio.

Tras este hecho, sigue el importante aporte realizado por el físico, Heinrich Rudolf Hertz, quien se encargó de elaborar un primer prototipo de emisores y receptores de ondas electromagnéticas al descubrir que estas se detectaban y creaban artificialmente. Por este valioso descubrimiento al mundo de la radio, a este tipo de señal se le conoce como ondas hertzianas (Equipo Editorial, 2023).

Existen diferentes versiones acerca del inventor de la radio. Una primera narra que, Guillermo Marconi, ingeniero eléctrico italiano, diseñó un emisor fundamentándose en las experiencias de emisores y receptores de ondas hertzianas, el cual logró incrementar la potencia para que llegara a alcanzar una cobertura de dos kilómetros de distancia; a este nuevo invento se



le conoció como sistema de telegrafía inalámbrica. Además, se le acuña el hito de llevar a cabo la primera transmisión a través de la radio el 14 de mayo de 1897 desde Inglaterra hasta Gales (Sadurní, 2023).

Por otra parte, se conoce que en los primeros años del siglo XX se logró la amplificación de las ondas electromagnéticas gracias al invento del diodo y triodo, dando lugar a una emisión por radio más completa a cargo del científico canadiense, Reginald Fessenden, la cual consistió en una corta emisión de media hora.

Es necesario destacar la forma en que opera la radio para lograr su función comunicativa. Sin embargo, se tendría que recurrir a significados propios de la física para comprender el espectro electromagnético en el que se desarrolla la radio, pero en materia de funcionalidad sin caer en definiciones abstractas, la operatividad de este medio es posible gracias a dos componentes fundamentales: el emisor de radio (estación radial) y el receptor (radio).

La estación radial emite artificialmente ondas electromagnéticas dentro de este espectro, y a su vez, las modula de una forma particular para que transmitan una información específica, la radio recibe esta información en su antena y mediante un proceso eléctrico filtra y separa la corriente para amplificarla y enviarla a un parlante que reproduce la transformación de esta en ondas sonoras.

Existen dos maneras en las que se puede presentar este proceso, la primera de ellas es la modulación de amplitud (AM). Gracias a su facilidad para modular y demodular permite la



construcción de receptores más simples y de mayor acceso económico, pese a que pierden en potencia y fidelidad del sonido. La segunda manera es por modulación de frecuencia (FM), se presenta como un tipo de modulación con mejoría respecto a la AM, y es cuando varía la frecuencia de las ondas recibidas. Ofrece mayor fidelidad de sonido y capacidad de filtrado de ruido (Equipo editorial, 2023).

Incursión de la radio en Colombia

En el contexto nacional, la radio llega en 1929 con la inauguración de la radiodifusora HJN que operó de manera ininterrumpida durante ocho años; posteriormente retomaría las emisiones en 1940 con el nombre de Radio Nacional (Norato, 2021). Es durante la década de los cuarenta y sus años posteriores que se presenta un gran auge de emisoras radiales en el país, la HFK, que fue la primera radio comercial del país, La Emisora Nueva Granada, La voz de Antioquia, Radio Manizales, Radio Santander, La Voz del Valle, entre otras. Esta irrupción que se trasladaba a lo largo y ancho del país influyó en la producción y formatos de contenidos que se presentaban en el medio, pues trajo consigo los primeros ejercicios de radioteatro y programas musicales dentro de la radio (Velandia, 2022).

Para ese entonces la radio colombiana alcanza una gran cobertura con sus audiencias, logrando fortalecer su relación con los aspectos de la vida social del país. Otro hecho significativo para este medio se da gracias a Gustavo Rodas Isaza y Antonio Henao Gaviria, quienes dan vida al periodismo radial tras conseguir una transmisión a través de tres emisoras por vía telefónica, estableciendo a la radio como nuevo medio de comunicación con su organización



y estructura a la que el Estado le establece normas técnicas, económicas y políticas. Para 1945 se introduce el sistema de frecuencia modulada (FM) en el país, y dos años después nace la Radio Sutatenza en Boyacá, bajo la idea del padre José Joaquín Salcedo con el objetivo de crear escuelas radiofónicas bajo una organización denominada Acción Cultural Popular (Pérez, 2015).

En Norte de Santander los primeros pasos de la radio tuvieron lugar en 1930 y sus años posteriores con la aportación de Alejandro y Pompilio Sánchez Cuadros, ya que fueron los encargados de traer a la ciudad el sistema de ondas hertzianas para dotar a la población cucuteña de información y recreación. En San José de Cúcuta es necesario destacar el trabajo de Carlos Luis Jácome Garbiras como precursor y pionero de la radio por su desempeño como director de noticieros y locutor en los años treinta.

Con el paso del tiempo, la radio se afianza dentro de la región con la fundación de varios sistemas informativos en diferentes puntos de la ciudad, en los que dentro de su parrilla de programación se destacaban los espacios noticiosos que relataban los hechos más importantes que tenían lugar en la capital nortesantandereana y música propia de la época (Unicentro Cúcuta, 2019).

Fundación de Radio San José

La emisora Radio San José de Cúcuta se fundó bajo la concesión adjudicada por el Ministerio de Comunicaciones a José Urbina Amorocho en 1983 con la frecuencia 1160. El empresario, oriundo del municipio de Arboledas, pero que hizo vida comercial en Cúcuta, logró



tener este permiso gracias a que su objetivo principal era contar con un medio de comunicación que aportara a la parte cívica y al sentido de pertenencia del ciudadano cucuteño.

En este sentido, se crearon programas que despertaran la conciencia civil de la comunidad bajo el lema ‘La frecuencia cívica de Colombia’. Uno de ellos fue el noticiero Luces de la Ciudad, el cual tuvo gran acogida por parte de la audiencia, donde, por ejemplo, los indicadores económicos se informaban desde las plazas de mercado de la ciudad para informar los precios de los productos de la canasta básica familiar. Esta emisora también fue pionera en contar con un espacio adecuado para la misma. Se mandó a construir una casa en la zona industrial, por el barrio Pescadero, para que las personas que trabajan en la emisora contaran con espacios adecuados (cabinas, sala de redacción) para la realización de su trabajo.

Un aporte de la emisora Radio San José para el contexto social y los medios de comunicación de la época fue la implementación de un transmóvil (un automóvil que contaba con todos los elementos técnicos para producir radio), el cual permitió trasladar el equipo con la señal a diferentes barrios de la ciudad para celebrar las festividades decembrinas en estos sectores con la gente, actividad que a la fecha continúan practicando otras emisoras radiales.

Paso a la Universidad de Pamplona

Para el año 2004, el entonces rector de la Universidad de Pamplona, Álvaro Gonzáles, le propuso la compra de la emisora a José Urbina, iniciativa que el empresario terminaría por aceptar debido a que la emisora sería parte de una Institución de Educación Superior. Entonces se



empezó a diligenciar ante el Ministerio de Comunicaciones, el traspaso de Radio San José de Cúcuta de José Urbina a la Universidad de Pamplona. Este proceso lo lideró el rector y William Javier Gómez Torres, decano de la Facultad de Artes y Humanidades y que trabajó en Radio San José hacia 1990 como director de programación.

Entonces, una vez presentada y aceptada la propuesta, por un precio módico, en noviembre de 2004, la entonces gerente de la emisora, Consuelo Gordillo, le entregó la radiodifusora a la Universidad de Pamplona a través del señor William Gómez. Los dos primeros años bajo la propiedad de la universidad, funcionó en las instalaciones del barrio Pescadero, hasta que dos años después, estos estudios se trasladaron al tercer piso del Instituto de Cultura y Bellas Artes de Cúcuta, donde está la sede del CREAD de Norte de Santander de la Universidad de Pamplona, en este lugar sigue funcionando hasta la fecha.

A partir de los hechos que encierran a grosso modo parte de la evolución de la radio en el territorio cucuteño, permiten identificar que este medio responde y se adapta a los avances tecnológicos para ofrecer a los escuchas una alta calidad en el servicio entregado, pero de igual forma es diligente para innovar en la creación de contenidos que atraen y fidelicen usuarios.

El punto de partida de internet

Con la incursión de las plataformas multimediales, la radio como medio de comunicación masivo se ha enfrentado a una nueva etapa evolutiva, en la que ha respondido de nuevo a los desafíos del ciberespacio.



Para ello es necesario hablar de internet, el cual surgió en los Estados Unidos en medio del contexto de la Guerra Fría como una estrategia militar, a esta primera versión se conoció como ARPANET (Red de Agencias de Proyectos de Investigación Avanzada) y tenía el fin de hacer menos vulnerables las comunicaciones de los militares representantes del país norteamericano para el enemigo.

Durante la segunda mitad de la década de 1960, ya por fuera del contexto bélico, se desarrollaron una serie de experiencias para hacer de ARPANET una red basada en la conexión de ordenadores en diferentes universidades de Estados Unidos. Pero al igual que en la radio, todo ello se sumó al desarrollo de otras redes de conexión que estaban teniendo lugar en otras partes del mundo (Robles, 2020).

Para John Naughton (2016) el internet contó con dos fases principales. El primer referente es su inicio como resultado de un experimento militar y el segundo que tiene como protagonista la comercialización de la red, la cual se presentó en el periodo comprendido entre 1995-2003, nace con lo que llamamos WWW (World Wide Web) en una primera versión (Web 1.0) que fue desarrollada por el físico informático Tim Berners Lee con la intención de publicar, localizar y recuperar documentos almacenados en internet. Pese a contar con un primer navegador escrito para web llamado Mosaic, desarrollado por Marc Andreessen y Eric Bina, y presentado como un medio entretenimiento para los públicos, el desarrollo de internet en los años noventa fue lento porque aún se consideraba una tecnología inmadura.



Algunas limitaciones de la Web 1.0 eran de carácter unidireccional, los usuarios no tenían forma de responder o colaborar con los contenidos publicados, por lo que se debían conformar con solo ser lectores y espectadores sin interacción. Además, en el diseño, esta primera web no contenía imágenes, audios o vídeos que enriquecieran la experiencia del espectador.

Así que, con la llegada del nuevo siglo, la web contaría con una nueva actualización (Web 2.0) para solventar algunas falencias de su primera versión. Los puntos en los que trabajaron tenían que ver con la incursión de formas que permitieran la interactividad, que los usuarios tuvieran la facilidad de personalizar sus contenidos y superar los problemas de seguridad. Con la implementación de estas mejoras, la Web 2.0 logró que los usuarios no solo recibieran contenido, sino que lo generaran. Además, la evolución de los navegadores trajo complementos que permitieron el manejo de audio y vídeo, transformando lo que era un medio unidireccional a uno mucho más amplio y completo (Naughton. 2016).

Finalmente, a partir del año 2004, se encuentra una nueva evolución de internet que responde a las demandas de las audiencias en las formas de acceso y usabilidad del espacio en la red. Esta es la Web 3.0, que hoy se presenta como herramienta propia de las comunicaciones humanas. Dentro de sus principales características se encuentra la conectividad y la expansión de las plataformas digitales y, para el caso particular del estudio, los cambios presentados en los patrones de consumo de medios (Naughton, 2016).

En un principio, bajo la premisa de que la red es un espacio al que cualquier persona con acceso a internet puede participar, se considera un medio diferente a los medios de comunicación



masivos, que hasta entonces eran los principales protagonistas con la producción de prensa y radiodifusión. Este medio planteaba una alternativa al sistema de comunicación de “pocos a muchos” para pasar a una de “muchos a muchos”. Ya decía Benkler (2006) que los usuarios en internet eran creadores activos, a diferencia de los consumidores pasivos de contenidos creado por otros.

De esta manera, la popularidad de internet se ha acrecentado hasta alcanzar un espacio indispensable en el diario vivir de las personas, a fecha, según Data Report (2023), el número de usuarios de internet en el mundo alcanzó 5.160 millones de personas, lo que representa al 64.4% de la población mundial.

La presencia del internet en Colombia

En el territorio nacional, más allá de cuestiones técnicas, la llegada de internet está marcada por componentes sociales y políticos, los cuales tenían que ver principalmente con ver la figura del internet como un intercambio económico. Comentaban Tamayo, Delgado y Penagos, 2009 que:

La construcción del campo de internet en Colombia por parte del Estado se llevó a cabo dentro de un contexto y unas directrices históricamente particulares, a saber, la apertura económica, la liberación del mercado y la correspondiente privatización de la principal empresa pública del país en la prestación de servicios de telecomunicaciones (p. 262).



Sin embargo, dentro de los acontecimientos que marcaron un antes y un después para la población colombiana en cuanto a la accesibilidad de internet, se destaca la aparición del dominio colombiano (.co) en 1991, y hasta el 4 de junio de 1994 se estableció una comunicación entre la Universidad de los Andes y Estados Unidos, registrando este día como el inicio del internet en el país. Para el 2006, con la evolución de World Wide Web, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones consiguen la autoridad para reglamentar el dominio del país (Arias, 2019). Encontramos, entonces, otra figura que funge como pilar de centro de atención del presente trabajo, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Según el Ministerio de las TIC (2009) “se entienden como las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones al conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, vídeo e imágenes” (sin página).

Por ello, el uso de internet, entendido desde el acompañamiento de las TIC, como instrumento que favorece a las comunicaciones globales con facilidad de conexión entre usuarios, ubica a los medios tradicionales frente a un reto de adaptabilidad para comprender el consumo de contenido de las audiencias digitales, para cautivar y alcanzar a los usuarios de internet. No se escapa la radio de este acontecimiento, comentaba Herreros (2001) que existe una reconversión de la radio basada en la digitalización y la convergencia tecnológica de medios. Internet es una plataforma de comunicaciones que requiere adaptación a sus exigencias y aporta recursos que



modifican a los propios medios. Por esta razón, entendemos la convergencia con lo tecnológico de cada medio individualmente para el caso preciso de la emisora San José de Cúcuta, aun reconociendo que el curso a la transformación digital apunta para la misma dirección en todos los medios.

1.2 Descripción del problema comunicativo

Dentro del mundo de los medios de comunicación, se observó que la radio se impuso como uno de los más fuertes por muchos años siendo un eje conductor que narraba la realidad social a partir de los primeros sistemas informativos, además de entretener, educar y prestar un servicio a la comunidad. Con la rápida evolución de internet y la aplicación de las TIC en el nuevo siglo como parte del desarrollo social, la radio se ha visto en la obligación de adaptarse a los usos de la World Wide Web y el internet, partiendo de la base que gran parte de las audiencias ahora se encuentran en este ciberespacio.

Por esta razón, en materia de la evolución mediática hay puntos en los que se debe profundizar para llegar a comprender la transformación de la radio como medio de comunicación. Sobre esto comentaba Herreros (2001) que la consolidación de la radio en el entorno digital va más allá de una mudanza hacia lo tecnológico, sino que abarca de igual manera la transformación de contenidos, de lenguajes y programas. Pero, a pesar de los cambios, la radio tradicional no deja de ser radio, termina argumentando frente a esta postura que no se trata de un reemplazo de la radio, sino una actualización de esta. Por ello, actualmente se infiere una coexistencia entre la radio tradicional y la radio moderna.



Pero ¿Cuáles son esos factores incidentes en el proceso de producción radiodifusora que dejan en evidencia la transformación en cuanto a la practicidad y operatividad con la que el medio se mantiene en el aire en la actualidad? Es dentro de este conjunto de análisis que se logra identificar la capacidad de flexibilidad de la radio ante el cambio.

Por ejemplo, la relación con las audiencias, que para Gordo (2021) estas se encuentran en un espacio de emisión y recepción de contenidos en altas velocidades, influyendo en la percepción del espacio y tiempo, dando lugar a fenómenos dentro de los comportamientos de los individuos como la cultura de la inmediatez y de la superficialidad. Es decir, a medida que la velocidad en las comunicaciones digitales avanza, los públicos se inclinan por contenidos rápidos y superficiales, abandonando su criterio ante lo presentado.

De igual manera, referente a los públicos, un factor diferenciador tiene que ver con una especie de democratización de la información. Esta terminología se refiere a la capacidad de los usuarios de interactuar de manera instantánea con el medio, con la llegada de las TIC, crear y divulgar contenido para las personas con acceso a la red ya no pertenece a un grupo privilegiado sino a un conjunto de todos o gran parte de él.

En cuanto a la producción radial, Petit (2003) comentaba que la actualización de las emisoras radiales a las nuevas tecnologías tenía que aprovecharse para que fueran una extensión de lo ya existente y que la radio digital no se moviera bajo las mismas premisas de una radio análoga. Bajo esta mirada, la radio tendría que valerse de los recursos multimediales de las TIC



(texto, voz, imagen, vídeo) para elaborar una propuesta de producción diferente que integrara la demanda de estas herramientas en sus contenidos.

Otra manifestación de este cambio se encuentra en los tiempos de programación. Mientras que en el pasado toda la información se presenta sincrónicamente, con la llegada de los servidores de internet y la web, estos contenidos están siempre disponibles en cualquier momento. Para Radio San José de Cúcuta, esto trae nuevos desafíos y costos de inversión, ya que ahora deben pagar los derechos de autor de las canciones transmitidas en radio e internet, lo que representa un incremento en los costos del manejo de la emisora.

De acuerdo con esto, el modelo de negocio también tiene que sufrir cambios. Las pautas comerciales son estratégicamente pensadas para la interactividad de los usuarios en las plataformas digitales, los costos de los espacios publicitarios en la web de la emisora varían bajo ciertos criterios, qué nivel de relaciones públicas se manejan en las alianzas comerciales con el sector privado, esto influye en la convergencia radial con las TIC.

En esta problemática, el sentido dado al término de radio digital se refiere al conjunto de prácticas que los medios radiales han tenido que adoptar para tener presencia en internet, más no a cuestiones técnicas y de formatos. Radio San José de Cúcuta, es una emisora en frecuencia modulada que ha sido participe activa de la evolución del medio en la ciudad hacia las nuevas tecnologías, pasando de la reproducción de música tradicional con discos de vinil, hasta la llegada del computador y almacenamiento masivo de canciones en el ordenador.



En este sentido, a principio del siglo, cuando la Universidad adquirió la emisora, realizó la inversión de un equipo transmisor de unidad de estado sólido para mejorar la calidad del sonido. En la medida de lo posible y accesible, Radio San José, se ajusta a los cambios de la modernidad sin perder los contenidos radiales tradicionales. Por todo lo anterior, el presente trabajo se plantea la siguiente pregunta problema:

¿Cómo ha evolucionado la emisora radial San José de Cúcuta Universidad de Pamplona hacia la convergencia digital con las Tecnologías de la Información (TIC), teniendo en cuenta el impacto en la audiencia y en la industria local de los medios de comunicación?



2. Capítulo II Marco teórico

2.1 Antecedentes

A continuación, se presentan los diferentes antecedentes a nivel internacional, nacional y regional que dan soporte y amplitud al actual trabajo, ya que marcan una referencia desde diferentes perspectivas algunos temas requeridos que se desarrollan a lo largo de la investigación actual que van desde lo metodológico hasta lo propiamente referente a la comunicación digital, la producción de seriado de podcast y la convergencia de los medios de comunicación.

2.1.1 Internacionales

El artículo de investigación “Participación ciudadana, servicio público y convergencia digital. La percepción de los profesionales de Radio Nacional de España”, desarrollado por Alejandro Barranquero (Universidad Carlos III de Madrid) y Manuel Martínez (Universidad de Complutense de Madrid) en 2020. El objetivo general fue analizar el valor que los profesionales de un medio público de referencia, Radio Nacional de España (RNE), atribuyen a la participación ciudadana en el marco del servicio público y la convergencia tecnológica.

El diseño de la metodología consistió en un enfoque cualitativo por medio de la entrevista como herramienta de recolección de datos, en el cual se entrevistó a una muestra de dieciséis periodistas y directivos. Las entrevistas tuvieron una duración de una hora, se realizaron entre noviembre de 2015 y marzo de 2016, el contenido de estas se basó en una evaluación acerca de los discursos profesionales sobre la participación, servicio público y TIC bajo cuatro dimensiones:



La primera de ellas es el conocimiento y los valores atribuidos a la participación radiofónica como valor de servicio público. La segunda tiene que ver con la gestión de la participación según programas, franjas horarias y temáticas; la tercera dimensión tiene que ver con la tipología de las participaciones y los participantes. Por último, los nuevos canales digitales: blogs, chats, webs y redes sociales. Las entrevistas se centraron en la dimensión discursiva o de acceso de la participación (Carpentier, 2012) y no plantearon cuestiones relativas a los cambios políticos acaecidos durante el período, (Barranquero.A.Martinez.M.2021.p 2).

Los resultados de esta investigación arrojaron que hay una concepción diferente en las nociones de participación y servicio público. (Barranquero.A; Martinez.M.2021). Las redes sociales han ampliado los canales de interacción en las audiencias, tanto así que, replica el modelo radiofónico. Se trae a colación que el carácter del periodismo profesional no está orientado por ideales democráticos, sino por los propios requerimientos de las necesidades de producción. En relación con las TIC, se evidencia como se han ampliado los canales de interacción y el conocimiento del oyente, por lo tanto, se hace necesario pensar qué potencialidades ofrecen las redes sociales y otras herramientas tecnológicas para innovar e incrementar la participación ciudadana.

Esta investigación aporta al proyecto desde la perspectiva en la que, la convergencia digital de la radio pública ha enriquecido el discurso de los participantes y los contenidos de calidad, sin intentar ser una copia de las radios privadas facilitando su alcance a través de las TIC.



“La organización productiva de la radio en la convergencia digital: Análisis y clasificación de casos a partir de un estudio argentino” es un artículo de investigación publicado en el año 2022, realizado por Agustín Eduardo Espada, Magíster en Industrias Culturales y Licenciado en Comunicación de la Universidad Nacional de Quilmes en Argentina.

El objetivo fue detallar y caracterizar las estructuras productivas de las emisoras, su grado de inserción en la estructura general, sus rutinas y roles. A través de la pregunta de investigación: “¿Cómo se organiza la producción y comercialización digital de los casos estudiados?” (2022, p.7). La metodología fue cualitativa, con el estudio de emisoras de distintas ciudades argentinas: Buenos aires, Córdoba, Rosario y Mendoza. Incluyendo emisoras tradicionales de AM, FM y también online.

La hipótesis de trabajo indicó que los radiodifusores tradicionales aun no tienen especificidad de las tareas digitales y las redistribuyen a los integrantes de equipos tradicionales. Según la investigación en el capítulo de discusiones se plantea la idea central que para mejorar la producción y comercialización de los espacios digitales se necesita personas que se dediquen a ello. También se evidencia que muy pocas emisoras cuentan con un grupo de venta, contenidos y comercialización digital.

En conclusión, se destaca que las emisoras con mayor actividad y producción digital son las que cuentan con los equipos necesarios para la implementar los nuevos contenidos. El aporte de esta investigación va hacia la organización de la radio en la convergencia digital que las



emisoras tradicionales han experimentado, contribuye al trabajo de grado para analizar la adaptación de la industria radiofónica a las TIC.

La tesis de maestría “formación ciudadana desde las plataformas digitales de Radio Camagüey, Cuba: desafíos de la transformación digital” presentada en 2023 por Blanco Martínez y Kirenia Saborit de la Universidad de Camagüey, Cuba. El objetivo fue socializar los resultados parciales de un trabajo de grado que aborda la contribución a la formación ciudadana desde las plataformas de Radio Camagüey del público seguidor. Los métodos utilizados para el desarrollo de la investigación fueron: análisis-síntesis, inducción-deducción y observación científica.

El realizar un diagnóstico estipulado en el diseño estratégico, permitió dar algunas consideraciones como:

No siempre se abordan temas de semejanzas del público seguidor con la formación en valores, principios y normas jurídicas, cuando se hace, adolecen de una influencia digital adecuada. Por otro lado, la interactividad como uno de los ámbitos de la comunicación digital a veces es escaso, y el público seguidor aporta poco en temas de la formación ciudadana.

Los temas para abordar el comportamiento cívico resultan muy generales y existe el reconocimiento a la necesidad de continuar perfeccionando las acciones, estrategias o algoritmos de trabajo que potencien la formación ciudadana como uno de los pilares de la sociedad cubana actual (Martinez y Saborit, 2023).



Los resultados evidenciaron que, la comunicación digital está en constante cambio e inmersión en la sociedad actual que permite explorar diversos temas, públicos y plataformas influyentes. Además de ello, evidencia el impacto que genera estos espacios en el ejercicio de la ciudadanía y los valores cívicos, ya que, determina que es importante desarrollar una preparación de las personas en este sentido.

Destaca la intervención de la formación ciudadana en las plataformas digitales de Radio Camagüey y la interacción en Facebook, Twitter (ahora X) y audio real en internet, generando un diálogo diferente y no tradicional en debates políticos, cívicos, históricos, cultural y social. El aporte de esta investigación se fundamenta en la convergencia digital que ha tenido la Radio para abordar temáticas que anteriormente no se mencionaba o se contribuía a la formación de la ciudadanía en aspectos cívicos.

Por otra parte, la investigación titulada “la coexistencia de la radio y las redes sociales en el proceso de convergencia mediática en España” en 2019 por Suing y Ordoñez de la Universidad Técnica Particular de Loja y Francisco Herrero de la Universidad de Salamanca, tuvo como objetivo conocer el alcance de las radios nacionales (temática y generalistas) y medir la tasa de interacción de los clics por tuit y el número de seguidores.

La metodología consistió en un análisis cuantitativo para comparar el número de oyentes en las radios, la interacción (me gusta, comentarios, compartidos en Facebook, número de seguidores en Twitter (ahora X), tuits y retuits). Para la extracción de datos de las redes sociales



se usó herramientas de analítica web (Fanpage Karma y Twitonomy), de igual manera se implementó la técnica de la observación en Facebook entre enero y febrero de 2019 y para Twitter los meses de noviembre y diciembre de 2018 y enero de 2019.

Los resultados indicaron que la radio Cadena SER tipo generalistas es la que tiene mayor número de oyentes al día (3.917) equivalente al 51%, la radio aún goza de una posición privilegiada dentro de los medios tradicionales. Por otro lado, las radios Rock FM y Onda Cero obtienen el 14% y 12% del índice de rendimiento de la página. Con respecto a los seguidores e interactividad, la radio Los 40 de España tiene ciento cincuenta millones de fans siendo esta la que ocupa el primer lugar.

Esta investigación concluye que hay diferencias entre la interacción de los perfiles oficiales de las emisoras y sus públicos a través de las redes sociales. También se evidencia que las radios generalistas obtienen mayores seguidores y participación que las temáticas, estas tienen bajos índices.

El aporte fue importante porque sirve de referente para la realización de la presente propuesta ya que, la convergencia mediática impulsó a las radios a sumergirse en el mundo tecnológico, a interactuar y adaptar su contenido dentro de él para brindar nuevas perspectivas.

2.1.2 Nacionales

El proyecto que lleva por nombre “el periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana” realizado por William Ricardo Zambrano Ayala, Diego



García Ramírez y Andrés Barrios Rubio, en el año 2018 y publicado por la Universidad Sergio Arboleda y Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, presentó como objetivo general el proponer nuevas competencias, perfiles profesionales y tendencias en el ámbito de la comunicación digital en la formación del periodista para afrontar los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática. Se realizó con una metodología teórica y aplicada en un enfoque cualitativo, en el que por medio de la observación participante y revisión bibliográfica se recolectó los datos necesarios para su validación.

Para los comunicadores sociales es importante aplicar el estudio para las futuras generaciones en el proceso de convergencia de medios con relación del dominio de la tecnología, la producción de contenido visual (videos, fotografía), web 2.0 y los sistemas personales de búsqueda y de acceso a la información. En Colombia, solo se evidenciaron 32 programas académicos que incluyen temas como la convergencia de medios en contenidos informativos y herramientas mediáticas, ya que la mayoría de estos están basados en modelos y estrategias comunicativas en educación y aspectos sociales.

Los programas en periodismo y comunicación no han replanteado sus contenidos en los planes de estudio, actividades y recursos en temas de convergencia digital respondiendo a las necesidades en el contexto local, regional e internacional. El periodismo digital se ha visto en un constante cambio debido a la innovación tecnológica en los medios de comunicación, así que deben asumir los retos en producción y los nuevos formatos informativos e interactivos que consume el público.



El proyecto titulado “la radio colombiana frente al reto digital” realizado por Andrés Barrios Rubio (2015) publicado por la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Planteó como objetivo general analizar el cambio de la radio comercial, de interés público y comunitaria en Colombia desde lo tradicional a lo digital, frente a los avances tecnológicos y los movimientos sociales, así que se utilizó una metodología cualitativa y cuantitativa con un enfoque investigativo, para realizar una revisión bibliográfica y determinar la relación, uso o influencia de las redes sociales en diseño y funcionamiento de emisoras radiales en Colombia, para desarrollar el trabajo se vio necesario hacer giras virtuales (por medio de redes sociales y páginas web) y presenciales para realizar entrevistas con el diagnóstico del proyecto.

Como resultado, se evidenció la vinculación de los oyentes para la producción de los contenidos comunicativos radiales que actualmente están desarrollando los medios de comunicación. Es importante establecer estrategias de identidad desde la creatividad donde se superen las expectativas del público. De igual manera, la radio debe rejuvenecer en varios aspectos, para ello debe crear estrategias comunicativas en el campo digital y explorar los recursos que ofrece el mundo tecnológico. En Colombia, las emisoras radiales comienzan a trabajar para la audiencia digital, para lograr mayor acercamiento y visualización de estas, donde los periodistas deben superar retos para plantear y experimentar las formas de informar y comunicar.

Por otra parte, el proyecto titulado “El consumo de pódcast en Colombia: ¿ilusión o realidad?” realizado por Ana María Rodríguez Puerto (2021) y publicado por la Pontificia



Universidad Javeriana, planteó como objetivo general evaluar el formato del podcast si de verdad tiene un consumo significativo en Colombia. Así que este proyecto usó una metodología cuantitativa y cualitativa con un enfoque investigativo, donde se usaron herramientas como la exploración bibliográfica, entrevista y grupos focales para la recolección de datos.

En los resultados se evidenció que Colombia tiene el tercer puesto entre los países de más rápido crecimiento de escuchas del podcast en los primeros meses del 2020, según el informe de “The state of the podcast universe”. Sin embargo, el podcast no es un formato consumido de forma masiva en el país. Por otra parte, la industria del podcast ha generado estrategias para permitir acercar el contenido a aquellas personas que se encuentran fuera de la periferia capital y que no cuenten con acceso a internet.

El Censo Nacional de Población y Vivienda junto con el Departamento Administrativo Nacional Estadístico (DANE) en el 2018, realizaron un estudio donde se evidencia que solo el 43,4% de los hogares tiene acceso a internet fijo o móvil. Concluyó que el público que consume podcast en Colombia tiene un perfil definido, entre ellos: personas con un nivel educativo superior a la educación media, residentes en Bogotá, estrato socioeconómico alto y en un rango de adulto, y suelen estar relacionadas, académicamente, con temas culturales y sociales.

El proyecto con nombre “El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios” realizado por Boris Quintana Guerrero, Carolina Parra Duque y Johana Paola Riaño Peña (2017), publicado por la Universidad Autónoma de Colombia, presentó



como objetivo general el desarrollar e implementar un laboratorio de difusión en contenidos sonoros como un medio integrador de saberes para permitir la ampliación en los espacios académicos, de vida universitaria e integración en la sociedad. Se implementó una metodología cualitativa, exploratorio y descriptivo mediante entrevistas para recoger datos.

En los resultados, se evidenció la necesidad de implementar canales de comunicación más efectivos en el interior de la universidad entre las dependencias académicas y administrativas, con la intención de fortalecer la institucionalidad de la FUAC. Así que se ve que es pertinente realizar jornadas de socialización sobre la importancia del uso de herramientas web y medios de difusión, tomando como tema central el uso del podcast y blogs vía streaming, ya que son muchos los estudiantes que conocen estas herramientas y muestran interés en reforzar y ampliar sus conocimientos en ellas para el uso de su aprendizaje académico. A partir de esto, se concluye que más del 90 % de los estudiantes identificaron el uso del podcast como la mejor opción para crear y difundir contenidos sonoros.

El proyecto titulado “Determinantes del acceso a internet en Colombia” realizado por Héctor Alberto Botello Peñaloza (2014) y publicado en la Universidad Autónoma de Manizales, propuso como objetivo general identificar los determinantes del acceso a Internet en los hogares colombianos durante el 2013. Así que, la metodología que se usó para desarrollar el proyecto es cuantitativa con un enfoque investigativo donde se usaron las fuentes de datos para la recolección de información.



En los resultados se evidenció un aumento notorio del uso de Internet en Colombia: en 2007, el 17% de los colombianos tenía Internet en sus hogares, mientras que en el 2013 llega al 35,66% de la población. Donde se fundamenta que el acceso a internet aún se encuentra reservado para una parte privilegiada de la población que cuenta con el suficiente ingreso para tener servicio en la casa. Esto ocurre porque su ubicación geográfica les facilita el acceso a un mayor stock de infraestructura tecnológica que reduce los costos accediendo fácilmente al servicio.

El acceso y tenencia del servicio de Internet ha venido aumentando en Colombia y en América Latina. Sin embargo, dicho proceso no se ha dado de manera homogénea para diferentes grupos de la población. El estudio también concluye que la reducción de las inequidades en relación con el acceso a las TIC seguirá dependiendo, por mucho tiempo, de soluciones colectivas o públicas.

2.1.3 Regionales

El artículo de análisis realizado por Orelis Jiménez Pineda y Daniela Andrade que, bajo la modalidad de diplomado para optar por el título de Comunicadores Sociales de la Universidad de Pamplona, que lleva por título “Las TIC como herramienta en el surgimiento de pymes en empresas de Pamplona, Norte de Santander” hacia el año 2021; tenía el objetivo de identificar cómo se desenvolvía la comunicación estratégica de las nuevas empresas, determinando la incidencia de las TIC y las nuevas tecnologías en los emprendimientos del municipio de Pamplona, Norte de Santander.



Para la realización de este análisis, los autores tomaron la muestra de dos empresas del sector: una pequeña y otra mediana, donde se les comparó el proceso de crecimiento para lograr evidenciar cómo los planes estratégicos de marketing digital; a través de sus diferentes redes sociales, eran primordiales para dar a conocer la empresa, productos y servicios a sus públicos externos, otorgando un posicionamiento de marca en el mercado de la nueva era digital.

En este análisis, como parte de los resultados, los autores evidenciaron que las TIC favorecen el surgimiento de pequeñas y medianas empresas en el municipio siempre y cuando responda a un plan estratégico de comunicación. Además, concluyeron que las TIC se han vuelto esenciales para la sociedad actual.

Aunque es cierto que el análisis del trabajo mencionado se enmarca en un contexto empresarial, es preciso resaltar para su aporte el papel que le dan a las TIC como agente catalizador de operaciones en la comunicación y su consideración fundamental dentro del mismo, ya que es un eje del tejido social actualmente.

El trabajo de grado “Las TIC como herramienta de pedagogía crítica en los estudiantes de grado tercero de la Institución Educativa Liceo del Llano en Arauca” presentado por Diana Rocío Carreño Pabón y Juan Leonardo Hernández Salazar en el año 2021, para alcanzar el título de Comunicadores Sociales de la Universidad de Pamplona tenía como objetivo principal fomentar el uso de las TIC como una herramienta pedagógica en el aula de clase de esta comunidad estudiantil. La investigación se llevó a cabo en el colegio del Llano en el municipio de Arauca.



Con un enfoque cualitativo y entrevistas semiestructuradas, la investigación se basaba en la mejora de la calidad estudiantil y la influencia de las TIC en el cotidiano pedagógico. Dado que esta institución cuenta con cuatro sedes, se optó por trabajar con una de ellas, la sede Simón Bolívar que comprende a 341 estudiantes de básica primaria (de primer grado hasta quinto grado), se determinó trabajar con los 31 estudiantes de tercer grado, cuyas edades oscilan entre los 9 y 10 años y un docente encargado.

Como resultado se destaca que, a través de talleres pedagógicos, donde se utilizaron herramientas TIC, tomadas como canal, y como estrategia de formación del pensamiento crítico mediante la credibilidad y confianza que generan para los niños las tecnologías y las redes sociales. En ese sentido, articulando la pedagogía crítica con las herramientas TIC, usaron el podcast para promover el conocimiento hacia aspectos sociales, o sea, aprender sobre la realidad con piezas sonoras.

Dentro de las conclusiones resaltan a las TIC como un referente importante mencionando el traslado de los medios tradicionales a las Tecnologías de la Información como una nueva metodología de aprendizaje, convirtiendo a internet como centro de interés investigativo.

Su contribución consiste en la referencia al papel de las TIC como herramienta de formación de pensamiento, es decir, qué rol y qué nivel de incidencia tiene el manejo e implementación de las Tecnologías de la Información dentro de ciertos nichos poblacionales para



que, desde un enfoque mediático, logre ser aplicado al campo de las audiencias radiales, en lo que el presente trabajo de grado ubica en la convergencia.

Teniendo en cuenta la producción de podcast, el trabajo de grado ‘El podcast radial como herramienta de empoderamiento comunicativo en el grupo juvenil renovación 21 de la iglesia Centro Cristiano Ureña’ presentado en el año 2021 por Zambrano, Vivas y Carranza para optar por el título de Comunicador Social de la Universidad de Pamplona, tenía como objetivo el empoderamiento de la comunidad mediante la producción de un formato sonoro en el que se pudiera emplear información, diálogo y debate.

La entrevista tuvo una metodología cualitativa con investigación y de acción participativa, no se especifica el tipo, pero dadas las circunstancias se intuye que fue semiestructurada, permitiendo que el grupo investigador tuviera un trabajo directo con el participante.

Resulta llamativo que, como parte de los resultados, se encontrara en el podcast una herramienta estratégica para varios tipos de ambientes, como lo pueden ser corporativos y sociales, dado que facilitan la atención de las comunidades y la reproducción de mensajes para las mismas.

Se tomará como referencia al trabajo para indagar a profundidad las experiencias que involucran la preparación de una producción de un seriado de podcast, con el fin de que se puedan afianzar y transmitir las ideas derivadas de la investigación, la cual deberá dar respuesta



al principal objetivo del presente trabajo, teniendo en cuenta la consolidación del formato sonoro podcast.

El trabajo de grado “Memoria histórica de la emisora radio San José de Cúcuta 11.60 AM, como medio de comunicación de la Universidad de Pamplona” presentado por Daniela Marmolejo Yepes y Erika Morales en el año 2018, para optar por el título de comunicadoras sociales de la Universidad de Pamplona, tuvo por objetivo la reconstrucción de la memoria histórica de la emisora, narrada por las mismas personas que han vivido experiencias con su desarrollo y evolución, visibilizando su legado a través de crónicas radiales.

La metodología de investigación que se implementó fue cualitativa, con un enfoque fenomenológico. Se centra en el estudio de las experiencias que ocurren en la cotidianidad, los procesos sociales y los significados que se atribuyen a las vivencias. El método para la recolección de información se dio a partir de un análisis documental y entrevista, permitiendo conocer los diferentes hechos y sucesos de la emisora Radio San José de Cúcuta 11.60 AM.

Dentro de los resultados se evidenció que no cuenta con productos documentales, audiovisual o radiofónicos que narren su historia. Como conclusión, el trabajo de grado resaltó la historia de un medio de comunicación importante para la ciudad de Cúcuta y la Universidad de Pamplona, por esto fue relevante contar su trayectoria y transcendencia.

Su contribución al presente trabajo de grado consiste en ser un referente para la convergencia digital de la emisora Radio San José de Cúcuta, ya que, la reseña histórica aporta



para conocer su fundación, trayectoria y personas que han dedicado su conocimiento al manteamiento y permanencia de esta.

2.2 Bases Teóricas

A continuación, se mencionan algunos aportes de teóricos de la comunicación digital, la convergencia, las herramientas TIC y los podcasts, entendiendo a estos elementos como las categorías fundamentales que encierran las bases teóricas del presente trabajo, con el fin de ubicar en un marco conceptual y académico las diferentes propuestas de investigadores en el marco de la evolución que impacta en los diferentes medios de comunicación.

2.2.1 Tecnologías de la información y la comunicación

La Universidad Nacional Autónoma de México tiene como concepto que “Las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) son todos aquellos recursos, herramientas y programas que permiten procesar y compartir la información a través de diferentes soportes tecnológicos” (UNAM, 2018).

A partir de este concepto, se entiende que las TIC permiten un fortalecimiento en campos claves como lo son la comunicación, información y educación, ofreciendo la oportunidad de ampliar los conocimientos y prácticas hasta ahora conocidos. En este sentido, se convierten en un eje constructor de lo social a partir de su carácter innovador.

Por eso, y bajo la postura de Graells (2000), las tecnologías de la información son consideradas como recursos, producto de los avances científicos, que se transforman e impactan en estructuras sociales y culturales, incidiendo en diferentes aspectos de la vida de las



comunidades, incluyendo la comunicación, la información y la percepción de la realidad. El impacto de las TIC en la vida de las personas es tan grande, que se hace difícil actuar con efectividad en el mundo contemporáneo prescindiendo de ellas.

Los aportes de las herramientas TIC se perciben mediante indicadores que miden su influencia en la vida cotidiana de las personas, en este contexto se resalta su fácil acceso a la información en diferentes formatos (textual, gráfico, sonoro, audiovisual), la creación de herramientas intangibles (desarrollo de software especializados) para producir las piezas comunicativas (UNESCO, 2009).

Con las TIC, los medios de comunicación ofrecen sus contenidos en diferentes momentos: información sincrónica, asincrónica; y es el público quién decide en qué tiempo y cómo consumir estos contenidos. De igual manera, aportan en la automatización de tareas con la consolidación de computadores y servidores, que pueden programarse para cumplir funciones complejas en los medios de comunicación.

La evolución de las TIC no representa necesariamente una cobertura territorial; existen nichos poblacionales con barreras económicas y culturales que dificulten el acceso de las comunidades a las TIC. Además, otro tipo de limitaciones referente a las TIC tienen que ver con asuntos de seguridad web, con posibles intromisiones (hackeos) a los servidores, incompatibilidad de dispositivos, falta de formación de personas con conocimientos prácticos para operar con estas herramientas (Graells, 2000).



2.2.2 Comunicación digital

La tecnología y el internet desempeñan un rol importante para el desarrollo de la sociedad, “la comunicación digital se ha vuelto esencial para empresas, organizaciones y marcas personales. Permite llegar a un público masivo de forma rápida y eficiente, generando interacción, construyendo una reputación sólida en línea y estableciendo relaciones duraderas de clientes y usuarios” (Alejandra Carballo, 2023, p. 4).

El auge de la tecnología no solo influyó en los hábitos de la conducta humana, sino también en la manera en la que se producen los contenidos en las llamadas plataformas digitales y la retroalimentación que las audiencias tienen dentro de estas redes. Ahora, el consumidor hace parte del proceso, debido a que interactúa, opina y determina acciones. Carlos Scolari, teórico de la comunicación, autor de la teoría de la hipermediación se centra en el estudio de los medios de comunicación y su evolución en la era digital.

“La comunicación ha sido vista sucesivamente como canal, instrumento, flecha, proyectil, conflicto, contrato, orquesta, espiral o red” (Scolari, 2008, p.19). Por lo que se entiende que esta tiene un impacto en los receptores. En el siglo XXI, la comunicación trascendió y se convirtió en un conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones que están inmersas en la tecnología y las culturas.

Scolari, propone cinco características de las nuevas formas de comunicación, la primera de ella es la digitalización, hace referencia al proceso de transición de lo análogo a lo digital:



“Los sistemas digitales también permiten que las señales sean amplificadas, moduladas, archivadas, identificadas, reconvertidas y reproducidas manteniéndose idénticas al original, sin perder información” (2008, p. 80).

La segunda característica es hipertextualidades, para dar paso a esta se debe analizar la forma en que se construyen los textos, el uso del lenguaje y de signos. El resultado de procesos que no son secuenciados por una computadora, porque permiten la creación de estructuras generales más complejas en diferentes direcciones. Las reticularidades, es el tercer punto que menciona el autor, la comunicación mediada ha revolucionado la recepción de los medios tradicionales, es decir:

Existe una comunicación uno a muchos (por ejemplo, la televisión, la radio o las listas de correo), una comunicación uno a uno (con el correo electrónico o el intercambio de mensajes vía telefónica) y una comunicación muchos a uno, un formato mixto que integra la comunicación de masas y la interpersonal o el muchos a muchos de las comunidades virtuales. (Scolari, 2008, p 92)

Las interactividades son aquellas que representan una interacción sujeto-sujeto y sujeto-dispositivo tecnológico, el uso de los nuevos medios aumenta la interconexión entre usuarios y la posibilidad de cambiar y controlar la forma cultural, (Scolari, 2008).

Es por esto que en la actualidad se han desarrollado medios de comunicación que permitan mayor participación de la audiencia mediante la implementación de las tecnologías de la



información y la comunicación (TIC). Así surgieron las culturas digitales que, mediante un dispositivo conectado a internet, abarcan temas de su interés.

Por último, dentro de las cinco características propuestas por Scolari, encontramos a la multimedialidad; en este, los productos culturales pretenden ofrecer a la audiencia un sistema integral que abarque todos los medios y lenguajes como largometrajes, trailers, videojuegos, series de televisión, tipografía, diseño gráfico y música (Scolari, 2008, p 100). Básicamente hace referencia a los diferentes recursos que surgen a partir de las tecnologías de la información para enriquecer la experiencia de usuario mediante la implementación de animaciones, colores, efectos sonoros y visuales.

2.2.3 Convergencia

Para dar desarrollo a este apartado también es necesario aterrizar el término de convergencia. Según el diccionario de la Real Academia Española es definido a partir del verbo intransitivo converger y se refiere a la unión de dos o más líneas en un mismo punto o a la coincidencia de dos factores en una misma posición. Con base a ello, este término se puede extrapolar a una infinidad de campos para referirse a la unión y convivencia de acontecimientos y/o prácticas que encuentran un lugar en común en algún punto.

En el caso de la evolución de medios de comunicación, específicamente de la radio, esta convergencia se da en que la actividad periodística, educativa o de entretenimiento, de una emisora se permea por la influencia de las herramientas digitales del nuevo siglo. Es casi



obligatorio que el medio adopte estos nuevos recursos tecnológicos y digitales debido a que facilitan el objetivo comunicativo del mismo. Entonces los contenidos estructurados en una parrilla de programación deben transformarse según el uso de la tecnología de la información y comunicaciones.

Jenkins (2006) se refería a la convergencia como “al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas” (p. 14). Bajo esta mirada, se rescata el carácter multiplataforma como un pilar fundamental dentro de la convergencia, debido a que en ellas confluyen los contenidos y las diferentes formas de participación de las audiencias, por ello también esa referencia a la migración de los públicos a estas nuevas tecnológicas y plataformas.

En el caso de la radio, el carácter multimedial que trae la convergencia presenta un reto al formato sonoro para lograr extrapolar los contenidos a otros medios y canales. La emisora radial se limita a transmitir una señal a través de un sistema de transmisores y receptores, y, dentro del punto de conexión con las TIC, ahora debe tener presencia en redes sociales y páginas web, que deben alimentarse constantemente de contenido (carácter multimedial) para responder al comportamiento migratorio entre medios y plataformas de audiencias.

Aduce Jenkins (2006) que la convergencia es una herramienta narrativa de la realidad y que a partir de ella se comprenden patrones sociales y culturales derivados de factores externos, en este caso son los avances tecnológicos para los medios de comunicación a través de las



tecnologías de la información. La convergencia es una palabra que dentro de la comunicación se estará escuchando continuamente porque los avances tecnológicos seguirán llegando, trayendo consigo otras prácticas en las formas en que se produce y consume información.

Resulta llamativo como este tipo de aforismos se convierten en aseveraciones atemporales. En los cambios tecnológicos actuales, se encuentra que en el último año la inteligencia artificial se ha instaurado en los procesos de interacción, interactividad y cómo las personas se relacionan con las máquinas. Será, quizás, esta nueva herramienta parte de otro punto de la historia de la convergencia de medios.

Comenta Marín (2023) que hay un ecosistema digital que atraviesa una transición de cambios y transformaciones impulsada por la inteligencia artificial y que generan la complejidad del entorno mediático; complejidad porque a raíz de esto se derivan interacciones entre múltiples audiencias. La convergencia de medios se da en un ambiente propiciado por los mismos avances tecnológicos.

En este sentido, otra base teórica muy importante se obtiene del libro ‘Ecología de los Medios Entornos, evoluciones e interpretaciones’ por Carlos A, Scolari. Se retoma a este autor para considerar su postura frente a la metáfora de Ecología de Medios dentro del contexto de las teorías de la comunicación. En este caso, una interpretación del autor a la Ecología de los Medios, y que se acerca al foco de análisis del siguiente trabajo investigativo es la de ver a los medios como ambientes, que inciden directamente en las audiencias.



La ecología de los medios puede sintetizarse en una idea básica: las tecnologías -en este caso, las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales- generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan. En esta interpretación los medios crean un ambiente que rodea al sujeto y modela su percepción y cognición. (Scolari, 2015, p 29)

Existe, entonces, un ambiente que se construye a partir del conjunto de medios que rodean al usuario y los procesos de interacción que tiene este con los otros usuarios. En este ambiente surge el contenido preferencial (recomendaciones) para nichos de usuarios que responden a los estándares de un determinado medio y un personalizado formato, porque otro punto que hace parte de este ambiente mediático son las diferentes opciones que un usuario tiene para consumir estos contenidos en diferentes dispositivos electrónicos. Además, con la llegada de las tecnologías de la información, el autor y teórico describe una nueva ecología de los medios, en la que se despierta el interés por la innovación y creatividad de las plataformas multimediales y de comunicación (Scolari, 2015).

2.2.4 Podcast

El podcast es un formato comunicativo de audio del 2004 para facilitar a las emisoras radiales la difusión de los programas que emitían en su parrilla en tiempo diferido. No sería sino hasta ocho años después (2012) de su creación que se empezaría a consolidar como un formato inédito para utilizar el poder de la voz, con la incorporación de una aplicación especial para podcast originales dentro de los dispositivos inteligentes de Apple (McHugh, 2023).



La producción de un podcast se reparte en tres etapas. La primera de ellas es la preproducción, donde se agendan los tiempos y espacios de grabación con los invitados, además de la redacción de un guion que marcará la pauta y rumbo del tema que se quiera tratar dentro del mismo. La segunda etapa corresponde a la grabación, una vez acordados los tiempos y espacios, se debe procurar que el material grabado se guarde con la mejor calidad de audio posible, para ello se debe tener en cuenta los dispositivos que se utilizarán para la grabación (Rodríguez, 2021).

La última etapa es la postproducción, aquí se descargan las pistas grabadas y se importan a un software de edición de audio para empezar a limpiar, cortar, decidir la utilización (o no) de efectos, todo dependerá del formato que se maneje. Una vez hecho todo esto, se procede a exportar el audio y definir los canales de difusión de este (Rodríguez, 2021).

El podcast se ha instaurado como un formato de comunicación importante para las comunidades, creadores y consumidores, permite explorar el sentido sonoro y juega con la creatividad del productor para conectar con los públicos a los que desea llegar. Además de ser una herramienta utilizada en estrategias de marketing como parte de la promoción de productos y servicios empresariales (Castro, 2024).

El podcast es un formato idóneo para presentar, desde una perspectiva académica, la evolución mediática de la emisora Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, mediante



un serio que recoge las declaraciones más importantes de personalidades del periodismo y del mundo radial.



3. Capítulo III Propuesta de producción

3.1 Presentación de la propuesta

‘La nueva radio’ es una serie de podcast conformada por ocho episodios. Donde en cada uno de ellos se abordará, desde la perspectiva de personas que han trabajado a lo largo de los años en este medio, temas que van desde la radio tradicional y el avance tecnológico hasta la aparición de las redes sociales como plataformas para difusión de los contenidos radiales.

La motivación de esta producción recae, bajo un análisis descriptivo y exploratorio, en la comprensión de la evolución de la emisora radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, y el punto en el que se encuentra dentro de esta convergencia, entendiendo a este fenómeno como una parte importante dentro de la historia del medio de comunicación.

Se decidió explorar la convergencia del medio en diferentes aspectos, para lograr determinar los puntos altos y bajos en los que se encuentra la emisora frente a este fenómeno. Igualmente, se estableció las perspectivas de periodistas y comunicadores sociales, entendiendo que cada uno tiene un punto de vista diferente con respecto a la evolución de los medios, para construir un punto más amplio.

La serie se compone por ocho episodios que en promedio tienen una duración de ocho a quince minutos. Las conversaciones se desarrollan en una entrevista semiestructurada con un lenguaje natural, en el primer y último episodio participan tres locutores, mientras que los otros seis se desarrollan con dos, intercalando para no generar una sensación auditiva repetitiva.



Esta producción la transmitió la emisora Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona 1160 AM, para llegar a una comunidad universitaria interesada por la agenda de lo tecnológico, mediático y la comunicación. De igual manera, el seriado se encuentra publicado en la plataforma iVoox Se eligió al podcast, debido a que, como formato de comunicación innovador, resulta estratégico para generar un mensaje que tenga un mayor alcance y aceptación por parte de las nuevas audiencias.

3.2 Objetivo

Analizar la evolución de la emisora Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona bajo el contexto de su integración con la Tecnologías de la Información (TIC) dentro del espacio de convergencia mediática

3.3 Público Objetivo

El medio de difusión de los productos será la emisora Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, el público objetivo de estos se centra en los oyentes, personas con edades desde los treinta años pertenecientes a las diferentes estratificaciones sociales. También está dirigido a estudiantes y profesionales de los medios de comunicación. Con el fin de capítulo a capítulo, construir un sentido ordenado del proceso evolutivo de la radio, analizando los cambios, la incursión de lo tecnológico y reflexionando sobre la dirección a futuro del medio.

‘La nueva Radio’ está dirigida a toda persona en particular que tenga interés en desarrollar la idea de la convergencia de medios de comunicación con la tecnología, con el fin de



comprender realidades sociales y el trabajo de los medios de comunicación por mantenerse a la vanguardia en un mundo que avanza velozmente.

3.4 Cronograma de producción

Tabla 1 Cronograma

OBJETIVO	MÉTODO	DESCRIPCIÓN	INDICADOR	TIEMPO	META	RESPONSABLE
Obtener información histórica por parte del personal de la emisora Radio San José de Cúcuta	Recolección de datos	Visitar la emisora Radio San José de Cúcuta 11.60 AM	3 visitas realizadas	2 semanas	100%	Angely Nieto Derly Campillo Javier Gelves
Presentar el proyecto sobre el podcast “La Nueva Radio” para solicitar permisos y cooperación por parte del personal de la emisora Radio San José de	Identificador de fuentes	Reunión con la directora y el máster de la emisora Radio San José de Cúcuta 11.60 AM, en el que nos aprobaron la realización del proyecto y brindaron información en los contactos de los periodistas que pueden	2 visitas realizadas	1 semana	100%	Angely Nieto Derly Campillo Javier Gelves



Cúcuta 11.60 AM		aportar en cada capítulo del podcast				
Desarrollar las preguntas adecuadas que correspondan a los temas de cada podcast para socializar con las fuentes a entrevistar	Selección y realización de preguntas	Se hizo una socialización sobre el tema del podcast correspondiente al entrevistado, para que esté preparado e informado al momento de la entrevista	Cuestionario de 4 a 8 preguntas por capítulo	1 semana	100%	Angely Nieto Derly Campillo Javier Gelves
Realizar las entrevistas con las fuentes de cada capítulo del podcast "La Nueva Radio"	Entrevistas	Reunión con todas las fuentes establecidas para entrevistar	10 personas entrevistadas	2 semanas	100%	Angely Nieto Derly Campillo Javier Gelves
Editar los productos finales para cada capítulo del podcast "La Nueva Radio"	Postproducción	Editar las entrevistas obtenidas	10 entrevistas realizadas para cada capítulo	2 semanas	100%	Angely Nieto Derly Campillo Javier Gelves
Grabar los soportes	Grabaciones de audio	Grabaciones de cortinilla,	3 productos de audio	1 semana	100%	Angely Nieto



que debe tener el podcast		cabezote y pisadores para el podcast “La Nueva Radio”				Derly Campillo Javier Gelves
Publicación del podcast “La Nueva Radio” en la emisora Radio San José de Cúcuta 11.60 AM y aplicación iVoox.	Presentación final del proyecto	Publicar el proyecto en la emisora Radio San José de Cúcuta 11.60 AM y en la aplicación iVoox.	Audiencia de la emisora Radio San José de Cúcuta 11.60 AM y usuarios de la aplicación.	0 semanas	0% (ya casi)	en la emisora Radio San José de Cúcuta 11.60 AM y plataforma iVoox.

3.5 Etapa de preproducción

3.5.1 Selección de fuentes y temas a consultar

Tabla 2 Selección de fuentes y temas a consultar

Fuente	Tema
William Javier Gómez Torres	Historia de Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona y primeros pasos de la convergencia.
Alejandro Cortes	Evolución de la radio en la era digital



Alfonso Bayona y José Ramírez	Tecnología y equipamientos en la radio contemporánea
Karina Silva	Navegando en la economía de la convergencia radial
Adriana Mora y Julieth Cano	Convergencia de medios: radio, podcast y redes sociales
Karina Silva	Desafíos y oportunidades de la era digital
Pedro Ortega	Periodista en la convergencia de medios radiales.
Fabian Silva y Julio César Peñuela	¿Hacia dónde se dirige la radio?

3.5.2 Investigación periodística

El conjunto de características mencionadas permitió aterrizar la realización de presentante trabajo bajo un enfoque cualitativo que, según señala Antonio Moreira (2002), el interés central de esa investigación interpreta los significados atribuidos por los sujetos a sus acciones en una realidad socialmente construida, mediante observación participativa, el investigador queda inmerso en el fenómeno de interés.



En ese sentido, los datos recolectados a partir de la descripción y observación del fenómeno permitieron conocer la transformación digital de la emisora Radio San José de Cúcuta 1160 AM, como medio de comunicación de la Universidad de Pamplona.

El proyecto presentó un tipo de investigación descriptiva ya que este proporciona una comprensión más detallada de la historia de la radio; y de la adaptación y evolución del rol del periodista, la tecnología y las prácticas en el panorama mediático convergente. Gladys Guevara (2020) estableció: “El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (p. 9).

De la misma manera, se exploraron a fondo los cambios generados por la tecnología en cuanto a la interactividad con los contenidos, las variantes en los formatos y el reto actual del comunicador social respecto a los cambios que presentan los medios radiales.

Igualmente, se encontró el tipo de investigación exploratoria en el proyecto porque se debió indagar, comprender y recolectar datos en temas de convergencia, donde se centró en la búsqueda de información, patrones emergentes, el papel actual del periodista y la evolución de los medios y su audiencia. Nelson Morales (2015) da a entender que:

Explorar es tener la libertad para investigar y tratar de descubrir la verdad de un tópico estudiado, formulando las preguntas correctas a través de un análisis minucioso que nos



permite al final de la investigación obtener las conclusiones tomando en consideración los detalles más predominantes (Sin página).

Referente al método, según el objetivo planteado del presente trabajo, se adoptó una perspectiva fenomenológica como eje de la investigación. Según Sánchez (2008), la fenomenología indaga en los acontecimientos y formas en las que las personas perciben el mundo que los rodea. Entendiendo aquellos comportamientos y situaciones en un común social que incide y los motiva a actuar de una determinada forma.

En palabras más puntuales, la convergencia de medios a las TIC es un acontecimiento fenomenológico, del cual se generan interrogantes sobre las acciones que afecta, principalmente al medio, pero también a las audiencias y cómo construyen una visión moderna del mundo.

La elección de la entrevista para recolectar la información necesaria y dar paso al trabajo investigativo afianzó la concepción del método fenomenológico con un interaccionismo simbólico para concebir las respuestas sobre los nuevos comportamientos de medios en el mundo digital.

3.5.3 Guiones requeridos para la producción

Tabla 3 Guion primer episodio

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA	
COMUNICACIÓN SOCIAL	
LA NUEVA RADIO	



PODCAST 1 – HISTORIA DE RADIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA Y PRIMEROS PASOS DE LA CONVERGENCIA.		
En este primer episodio daremos un breve contexto histórico de la emisora Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona como medio de comunicación para la comunidad cucuteña. Además, iremos repasando su proceso evolutivo hasta encontrarse en el espacio de convergencia mediática.		
Locutor 1	Andrés Gelves	
Locutor 2	Angely Nieto	
Locutor 3	Derly Campillo	
Invitado	William Javier Gómez Torres	
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN
1	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.
2	Locutor voz masculina	CABEZOTE - Bienvenidos a la nueva radio , un seriado de podcast donde les presentaremos 8 capítulos sobre la evolución mediática de la emisora, Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, acompañada por la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
3	Control	Pisador
4	Locutor 1 Andrés Gelves	¡Hola a todos! Somos Andrés Gelves, Derly Campillo y Angely Nieto, estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona en su ampliación Cúcuta.
5	Locutor 2 Angely Nieto	Estamos complacidos por tenerlos con nosotros en un espacio para conversar, y a su vez aprender, de la evolución de la emisora Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona.
6	Locutor 3 Derly Campillo	Así que, ¡A ponerse cómodos! Nos espera un maravilloso camino de historias, anécdotas y aprendizajes por recorrer. ¡Bienvenidos!
7	Control	Pisador



8	Locutor 1 Andrés Gelves.	Las grandes historias tienen su principio, el momento en el que todo empezó construirse y Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona no es la excepción.
9	Locutor 2 Angely Nieto	Para hablar de ello nos acompaña William Javier Gómez, docente de nuestra alma mater, y figura importante dentro de la historia de la 1160 AM, frecuencia radial de la emisora Radio San José.
10	Locutor 3 Derly Campillo	Profesor William, para empezar, nos puede compartir un breve repaso que narre los hechos relevantes de la emisora Radio San José.
11	Invitado	Respuesta del invitado.
12	Locutor 2 Angely Nieto	¿Cuáles eran los contenidos y/o formatos de los programas que hacían parte de la parrilla de programación de la emisora para generar la atracción de la audiencia cucuteña? ¿Cómo era su impacto dentro de la población de escuchas?
13	Invitado	Respuesta del invitado
14	Locutor 1 Andrés Gelves	¿Cuáles fueron los principales cambios que surgieron en el medio radial a raíz de la llegada paulatina de las tecnologías de la información?
15	Invitado	Respuesta del invitado
16	Locutor 3 Derly Campillo	A modo de reflexión, ¿Cuáles considera que son las ventajas y desventajas de esta convergencia de medios de comunicación con las TICS?
17	Invitado	Respuesta del invitado
18	Locutor Andrés Gelves	Gracias por sintonizar “la nueva radio”, esperamos que hayas podido disfrutar de este episodio como nosotros lo hicimos realizándolo para ti. Te esperamos en una nueva entrega, donde empezaremos a hablar de la “Evolución de la radio en la era digital.



19	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.
----	------------	--

Tabla 4 Guion segundo episodio: Evolución de la radio en la era digital

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
LA NUEVA RADIO			
PODCAST 2- EVOLUCIÓN DE LA RADIO EN LA ERA DIGITAL			
En este episodio hablaremos de la evolución de la radio en la era de la consolidación de las plataformas digitales, principalmente del proceso de transformación en la producción, difusión y consumo de contenidos.			
Locutor 1	Angely Nieto		
Locutor 2	Derly Campillo		
Invitado	Alejandro Cortes		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.	
2	Locutor voz masculina	CABEZOTE - Bienvenidos a la nueva radio , un seriado de podcast donde les presentaremos 8 capítulos sobre la evolución mediática de la emisora, Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, acompañada por la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación	
3	Control	Pisador	
4	Locutor 1 Angely Nieto	En este episodio hablaremos de la evolución de la radio en la era digital, cómo se ha ido transformando la forma en la que se produce,	



		difunde y consume los contenidos radiofónicos.
5	Locutor 2 Derly Campillo	Para abordar los aspectos claves dentro de esta digitalización mediática, hemos invitado a Alejandro Cortes, periodista de Radio San José de Cúcuta Universidad de pamplona.
6	Locutor 1 Angely Nieto	Alejandro, gracias por compartir este espacio en “la nueva radio” que, justamente se ha ido formando a partir de cambios sustanciales con la llegada de las plataformas digitales. ¿Cuáles son esos cambios que alcanza a percibir en la producción de contenidos radiales?
7	Invitado Alejandro Cortes	Respuesta del invitado
8	Locutor 2 Derly Campillo	¿Nos puede mencionar los formatos principales a los que se ha adaptado la radio de la convergencia digital?
9	Invitado Alejandro Cortes	Respuesta del invitado
10	Locutor 1 Angely Nieto	Teniendo en cuenta la versatilidad de los mensajes ¿Cómo se adaptan estos contenidos a las diferentes plataformas digitales, llámese redes sociales, por ejemplo? ¿Qué se comunica y cómo se hace?
11	Invitado Alejandro Cortes	Respuesta del invitado
12	Locutor 1 Derly Campillo	El consumo del mensaje del oyente en época de convergencia lo convierte en un emisor más y no solo receptor, ¿Qué aporte considera importante en materia de la interactividad y la participación activa del oyente?



13	Invitado Alejandro Cortes	Respuesta del invitado
14	Locutor 2 Angely Nieto	Desde su perspectiva, ¿cree que todos estos cambios juegan a favor o en contra para el fortalecimiento del medio?
15	Invitado Alejandro Cortes	Respuesta del invitado
16	Control	Pisador
17	Locutor 1 Angely Nieto	Gracias por sintonizar “la nueva radio”, esperamos que hayas podido disfrutar de este episodio como nosotros lo hicimos realizándolo para ti. Te esperamos en una nueva entrega, donde hablaremos de la tecnología y el equipamiento en la radio digital.
18	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.

Tabla 5 Guion episodio tres: Tecnología y equipamiento en la radio contemporánea

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA	
COMUNICACIÓN SOCIAL	
“LA NUEVA RADIO”	
PODCAST 3 – TECNOLOGÍA Y EQUIPAMIENTOS EN LA RADIO CONTEMPORÁNEA	
En este episodio nos adentramos en conocer las primeras herramientas con las que contó la emisora Radio San José Universidad de Pamplona y que marcaron un cambio en cuanto al funcionamiento de la emisora hasta hoy. Queremos resaltar las diferencias fundamentales con respecto a los equipos y tecnología utilizados para	



la emisión de contenidos radiofónicos.		
Locutor 1	Andrés Gelves	
Locutor 2	Derly Campillo	
Invitado 1	Alfonso Bayona	
Invitado 2	José Ramírez	
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN
1	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.
2	Locutor voz masculina	CABEZOTE - Bienvenidos a la nueva radio , un seriado de podcast donde les presentaremos 8 capítulos sobre la evolución mediática de la emisora, Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, acompañada por la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
3	Control	Pisador
4	Locutor 1 Andrés	¡Hola todos! En esta tercera entrega de “la nueva radio” vamos a conversar sobre el cambio de los equipos que se utilizan para el funcionamiento del medio.
5	Locutor 2 Derly	Así es, Andrés, para hablar de la evolución del medio radial es necesario comprender las formas y los procesos de transformación con respecto a los equipos utilizados.
6	Locutor 1 Andrés	Y para ello, agradecemos que Alfonso Bayona y José Ramírez hayan aceptado la invitación a este espacio. Alfonso ha tenido una trayectoria de 24 años siendo master en Radio San José y José Ramírez, control master, lleva cuatro años realizando funciones de técnico en la emisora, Bienvenidos...



7	Invitado 1 Alfonso Bayona	Saludo del invitado 1 Alfonso Bayona
8	Invitado 2 José Ramírez	Saludo del invitado 2 José Ramírez
9	Control	Pisador
10	Locutor 2 Derly	Para empezar, podrían contarnos, ¿cuáles eran los equipos fundamentales en las transmisiones radiales cuando empezaron?
11	Invitado 1 Alfonso Bayona	Respuesta de invitado 1
12	Invitado 2 José Ramírez	Respuesta de invitado 2
13	Locutor 1 Andrés	¿Cuánto tiempo tomó y cómo se dio el proceso de cambio en la estructura tecnológica de la emisora?
14	Invitado 1 Alfonso Bayona	Respuesta de invitado 1
15	Invitado 2 José Ramírez	Respuesta de invitado 2
16	Locutor 2 Derly	¿Cómo podemos explicar la convergencia de medios desde el punto de vista del avance de las herramientas tecnológicas?
17	Invitado 1 Alfonso Bayona	Respuesta de invitado 1
18	Invitado 2 José Ramírez	Respuesta de invitado 2
19	Locutor 1 Andrés	¿Podrían describir los cambios operativos del sistema radial con la incursión de estas nuevas herramientas tecnológicas?



20	Invitado 1 Alfonso Bayona	Respuesta de invitado 1
21	Invitado 2 José Ramírez	Respuesta de invitado 2
22	Locutor 2 Derly	Pensando a futuro, ¿Qué nuevos equipamientos tecnológicos ven necesarios para la evolución de la radio en medio del contexto social de nuestra actualidad? ¿Podría dejarnos un mensaje a manera de conclusión después de lo charlado?
23	Invitado 1 Alfonso Bayona	Respuesta de invitado 1
24	Invitado 2 José Ramírez	Respuesta de invitado 2
25	Locutor 1 Andrés	Gracias por sintonizar “la nueva radio”, esperamos que hayas podido disfrutar de este episodio como nosotros lo hicimos realizándolo para ti. Te esperamos en una nueva entrega, donde hablaremos sobre la economía de la convergencia radial.
26	Control	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.

Tabla 6 Guion episodio cuatro: Navegando en la economía de la convergencia radial

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA	
COMUNICACIÓN SOCIAL	
“LA NUEVA RADIO”	
PODCAST 4 – NAVEGANDO EN LA ECONOMÍA DE LA CONVERGENCIA RADIAL	



En este episodio la conversación avanza hacia la comprensión del funcionamiento de la economía dentro de Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona.		
Locutor 1	Andrés Gelves	
Locutor 2	Angely Nieto	
Invitada	Karina Silva	
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN
1	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.
2	Control	CABEZOTE - Bienvenidos a la nueva radio , un seriado de podcast donde les presentaremos 8 capítulos sobre la evolución mediática de la emisora, Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, acompañada por la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
3	Control	Pisador
4	Locutor 1 Andrés	¡Hola todos! En esta ocasión, junto con mi compañera Angely Nieto, contamos con la presencia de la directora de Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, Karina Silva, para describir cómo funciona la parte económica de la emisora en medio de la convergencia radial.
5	Locutor 2 Angely	Claro que sí, Andrés, la parte económica no se aparta de todo el proceso de convergencia, por ello es importante resaltar cómo se da la sostenibilidad de Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona.
6	Control	Pisador
7	Locutor 2 Angely	Nos podría explicar ¿Cómo se sostiene financieramente la emisora Radio San José de



		Cúcuta Universidad de Pamplona?
8	Invitada Karina Silva	Respuesta de la invitada
9	Locutor 1 Andrés	La evolución de la radio trajo consigo otros formatos para la difusión de anuncios, ¿Qué estrategias se desarrollan dentro de Radio San José y sus diversas plataformas para atraer anunciantes?
10	Invitada Karina Silva	Respuesta de la invitada
11	Locutor 1 Andrés	¿Cómo se adapta la emisora para mantenerse rentable en la era de las plataformas digitales? ¿Se monetizan los contenidos multimediales?
12	Invitada Karina Silva	Respuesta de la invitada
13	Locutor 2 Angely Nieto	¿Cuáles son los desafíos que enfrenta Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona dentro de la industria comercial de emisoras?
14	Invitada Karina Silva	Respuesta de la invitada
15	Control	Pisador
16	Locutor 1 Andrés	Gracias por sintonizar “la nueva radio”, esperamos que hayas podido disfrutar de este episodio como nosotros lo hicimos realizándolo para ti. Te esperamos en una nueva entrega, donde hablaremos de la convergencia del medio: radio y redes sociales.
17	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas



		posibilidades de la convergencia radial”.
--	--	---

Tabla 7 Guion episodio cinco: Convergencia de medios: radio, podcast y redes sociales

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA		
COMUNICACIÓN SOCIAL		
LA NUEVA RADIO		
PODCAST 5 – CONVERGENCIA DE MEDIOS: RADIO, PODCASTS Y RRSS.		
En este episodio hablaremos sobre Convergencia de medios: radio, Podcasts y RRSS. Un fenómeno en el que diferentes plataformas y medios de comunicación se fusionan o se integran entre sí para crear nuevas formas de contenido y experiencias para los usuarios.		
Locutor 1	Angely Nieto	
Locutor 2	Derly Campillo	
Invitada 1	Adriana Mora	
Invitada 2	Julieth Cano	
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN
1	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.



2	Locutor voz masculina	CABEZOTE: Bienvenidos a la nueva radio , un seriado de podcast donde les presentaremos 8 capítulos sobre la evolución mediática de la emisora, Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, acompañada por la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
3	Control	Pisador
4	Locutor 2 Derly	En este episodio hablaremos sobre la Convergencia de medios: radio, Podcasts y RRSS, un fenómeno en el que diferentes plataformas y medios de comunicación se fusionan o se integran entre sí para crear nuevas formas de contenido y experiencias para los usuarios. Por esto, hemos invitado a dos personas que son conocedoras del tema y nos darán su perspectiva. Ellas son Adriana Mora y Julieth Cano comunicadoras sociales y periodistas de Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona.
5	Locutor 1 Angely.	¿Por qué con la convergencia digital, la radio, los podcast y redes sociales han transformado el consumo de los contenidos?
6	Invitada 1 Adriana Mora	Respuesta de la invitada 1
7	Invitada 2 Julieth Cano	Respuesta de la invitada 2
8	Locutor 2 Derly	¿Cuáles son algunas de las principales estrategias que las estaciones de radio están utilizando para adaptarse a la convergencia de medios y llegar a una



		audiencia más amplia?
9	Invitada 1 Adriana Mora	Respuesta de la invitada 1
10	Invitada 2 Julieth Cano	Respuesta de la invitada 2
11		
12	Locutor 1 Angely	La convergencia de medios entre la radio, los podcasts y las redes sociales ha creado un ecosistema de contenido más dinámico y diverso. ¿De qué manera las redes sociales están siendo utilizadas por las estaciones de radio y los creadores de podcasts para promocionar su contenido y construir comunidades de seguidores?
13	Invitada 1 Adriana Mora	Respuesta de la invitada 1
14	Invitada 2 Julieth Cano	Respuesta de la invitada 2
15	Locutor 2 Derly	¿Qué papel juegan las plataformas en línea y los servicios de suscripción en la convergencia de medios entre la radio y los podcasts?
16	Invitada 1 Adriana Mora	Respuesta de la invitada 1
17	Invitada 2 Julieth Cano	Respuesta de la invitada 2
18	Locutor 1 Angely	La convergencia de medios entre la radio, los podcasts y las redes sociales está redefiniendo constantemente el panorama mediático, y probablemente siga evolucionando en el futuro, ofreciendo posibilidades y desafíos para la industria de los medios de comunicación y los usuarios.



19	Control	Pisador
20	Locutor 2 Derly	Gracias por sintonizar “la nueva radio”, esperamos que hayas podido disfrutar de este episodio como nosotros lo hicimos realizándolo para ti. Te esperamos en una nueva entrega, donde hablaremos sobre desafíos y oportunidades en la era digital.
21	Control	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.

Tabla 8 Guion episodio seis: Desafíos y oportunidades de la era digital

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA			
COMUNICACIÓN SOCIAL			
LA NUEVA RADIO			
PODCAST 6 – DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE LA ERA DIGITAL			
En este episodio hablaremos sobre los desafíos y las oportunidades de la emisora radial en medio de la incursión de la era digital en los medios de comunicación.			
Locutor 1	Andrés Gelves		
Locutor 2	Derly Campillo		
Invitada	Karina Silva		
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	
1	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.	



2	Locutor voz masculina	CABEZOTE: Bienvenidos a la nueva radio , un seriado de podcast donde les presentaremos 8 capítulos sobre la evolución mediática de la emisora, Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, acompañada por la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
3	Control	Pisador
4	Locutor 2 Derly Campillo	En este episodio hablaremos sobre desafíos y oportunidades en la era digital. En la actualidad, estamos inmersos en una revolución digital que está transformando radicalmente la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos.
5	Locutor 1 Andrés Gelves	Pero con esta transformación vienen una serie de desafíos complejos que debemos enfrentar, así como un vasto campo de oportunidades que se puede aprovechar para mejorar el futuro.
6	Locutor 2 Derly Campillo	Hoy traemos como invitada a la Comunicadora Social y directora de la emisora Radio San José Universidad de Pamplona, Karina Silva.
7	Locutor 1 Andrés Gelves	¿De qué manera influyen las diversas plataformas digitales y cómo considera que se les pueden sacar el máximo provecho para la radio?
8	Invitada Karina Silva	Respuesta de la invitada
9	Locutor 2 Derly Campillo	¿Cuáles han sido los retos más grandes que ha tenido que atravesar como directora de la emisora? ¿Qué proyección se tiene para un futuro cercano?
10	Invitada Karina Silva	Respuesta de la invitada



11	Locutor 1 Andrés Gelves	¿A dónde apunta el periodista radial del futuro? ¿Cómo considera que deben ser las cualidades de un profesional en la época de la ahora inteligencia artificial?
12	Invitada Karina Silva	Respuesta de la invitada.
13	Locutor 2 Derly Campillo	Los programas radiales pueden utilizar tecnologías digitales para automatizar procesos, mejorar la eficiencia operativa y aumentar la conexión de la audiencia.
14	Locutor 1 Andrés Gelves	En conclusión, la era digital presenta una amplia gama de desafíos y oportunidades, y cómo aprovechar estas oportunidades mientras se abordan los desafíos es fundamental para el éxito y el progreso en este entorno en constante evolución.
15	Invitada Karina Silva	Conclusión o reflexión de la invitada.
16	Locutor 2 Derly Campillo	Gracias por sintonizar “la nueva radio”, esperamos que hayas podido disfrutar de este episodio como nosotros lo hicimos realizándolo para ti. Te esperamos en una nueva entrega, donde hablaremos sobre el Periodista en la convergencia de medios radiales
17	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.

Tabla 9 Guion episodio siete: Periodista en la convergencia de medios radiales

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
COMUNICACIÓN SOCIAL
LA NUEVA RADIO
PODCAST 7 – PERIODISTA EN LA CONVERGENCIA DE MEDIOS RADIALES



En este episodio hablaremos sobre el papel y la adaptación del periodista en la época de la convergencia de las emisoras radiales con las plataformas digitales.		
Locutor 1	Andrés Gelves	
Locutor 2	Angely Nieto	
Invitado	Pedro Ortega	
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN
1	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.
2	Locutor voz masculina	CABEZOTE - Bienvenidos a la nueva radio , un seriado de podcast donde les presentaremos 8 capítulos sobre la evolución mediática de la emisora, Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, acompañada por la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
3	Control	Pisador
4	Locutor 2 Angely Nieto	Bienvenidos al séptimo capítulo de La Nueva Radio, en el que indagaremos el papel que ha tenido que afrontar el periodista frente a la convergencia radial
5	Locutor 1 Andrés Gelves	En los que conoceremos aquellos cambios que a adoptado el periodista tradicional frente a las nuevas tendencias digitales en términos de formatos, contenidos, desafíos y oportunidades. Y nuestro invitado, Pedro Ortega, nos ayudara a resolver nuestras preguntas.
6	Control	Pisador
7	Locutor 2 Angely Nieto	Entendemos que el periodista debe saber enfrentarse a los diversos cambios y obstáculos que se le presenten, y debido a la era digital, debe adaptarse al momento de realizar su trabajo, sin embargo ¿Cómo cree que ha afectado la convergencia de medios radiales a la forma en que se producen y presentan los programas radiales?



8	Invitado Pedro Ortega	Respuesta del invitado
9	Locutor 1 Andrés Gelves	A partir de este cambio, de la radio tradicional a una más digital, ¿Cambia, en alguna manera, el rol del periodista dentro de esta convergencia de medios? ¿Qué funciones adquiere? ¿Cuáles se mantienen?
10	Invitado Pedro Ortega	Respuesta del invitado
11	Locutor 2 Angely Nieto	Ya que la información hoy en día es mucho más inmediata debido a las redes sociales, ¿Qué papel juegan estas y las plataformas digitales en la veracidad del periodista?
12	Invitado Pedro Ortega	Respuesta del invitado
13	Locutor 1 Andrés Gelves	Son muchas las personas que pueden acceder al internet, y así mismo crear contenido en diferentes formatos y plataformas, entre ellos están los podcasts, los cuales varían en temáticas ¿Crees que todas las personas tienen la capacidad de crear contenido radiofónico o debe de existir alguna limitación?
14	Invitado Pedro Ortega	Respuesta del invitado
15	Locutor 2 Angely Nieto	Gracias por sintonizar “la nueva radio”, esperamos que hayas podido disfrutar de este episodio como nosotros lo hicimos realizándolo para ti. Te esperamos en una nueva entrega, donde hablaremos sobre a donde se dirige la radio.
16	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.

Tabla 10 Guion episodio ocho: ¿Hacia dónde se dirige la radio?

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA	
--------------------------------	--



COMUNICACIÓN SOCIAL		
LA NUEVA RADIO		
PODCAST 8 –¿HACIA DONDE SE DIRIGE LA RADIO?		
En este episodio hablaremos sobre el camino incierto que depara al medio con la constante evolución tecnológica.		
Locutor 1	Andrés Gelves	
Locutor 2	Angely Nieto	
Locutor 3	Derly Campillo	
Invitado 1	Fabian Silva	
Invitado 2	Peñuela	
PISTA	PERSONAJE	DESCRIPCIÓN
1	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.
2	Locutor voz masculina	CABEZOTE - Bienvenidos a la nueva radio , un seriado de podcast donde les presentaremos 8 capítulos sobre la evolución mediática de la emisora, Radio San José de Cúcuta Universidad de Pamplona, acompañada por la llegada de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
3	Control	Pisador
4	Locutor 3 Derly Campillo	Hola a todos, y bienvenidos al último capítulo de nuestro podcast La Nueva Radio, y en este episodio hablaremos sobre el futuro de la radio, respecto a las nuevas plataformas que surgen y sus contenidos en las tendencias digitales.
5	Locutor 1 Andrés Gelves	Y el día de hoy contamos con Fabian Silva, periodista de uno de los programas de Radio San José para reflexionar acerca de lo que se viene para la radio como medio de comunicación.





6	Invitado 1 Fabian Silva	Saludo del invitado 1
7	Control	Pisador
8	Locutor 2 Angely Nieto	Principalmente, la primera duda que surge sobre el rumbo que debe tomar la radio es ¿Cómo creen que la radio tradicional se adaptará a medida que la convergencia digital continúe transformando los medios de comunicación?
9	Invitado 1 Fabian Silva	Respuesta del invitado 1
10	Locutor 3 Derly Campillo	Son muchas las personas que consumen radio, sin embargo, usan de manera diaria las redes sociales, así que ¿Cómo puede la radio tradicional aprovechar las tecnologías digitales para mejorar la interacción con la audiencia y ofrecer contenido más personalizado?
11	Invitado 1 Fabian Silva	Respuesta del invitado 1
12	Locutor 1 Andrés Gelves	¿Qué estrategias están implementando las estaciones de radio o La Emisora Radio San José de Cúcuta para adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo de medios de comunicación?
13	Invitado 1 Fabian Silva	Respuesta del invitado 1
14	Locutor 2 Angely	¿Crees que la radio seguirá siendo relevante en un mundo cada vez más dominado por los medios digitales?
15	Invitado 1 Fabian Silva	Respuesta del invitado
16	Locutor 1 Derly	A partir de todo el recorrido o el proceso personal y laboral que has podido adquirir durante todos estos años, ¿Qué predicciones tienes sobre el futuro de la radio en un contexto de convergencia digital?



17	Invitado 1 Fabian Silva	Respuesta del invitado 1
18	Control	Pisador
19	Locutor 2 Angely	Y llegamos al final de nuestro capitulo y podcast La Nueva Radio, agradecemos a toda nuestra audiencia por acompañarnos en este proceso de información y descubrimiento respecto a la radio y su cambio en la era digital.
20	Locutor 1 Andrés	Igualmente agradecemos a todos los invitados que participaron en La Nueva Radio, y de todos sus aportes
21	Invitado 1 Fabian Silva	Despedida del invitado 1
22	Invitado 2 Peñuela	Despedida del invitado 2
23	Locutor 3 Derly	Y hasta aquí el capítulo de hoy, nos encontraremos en un futuro, gracias por recibarnos y por todo su apoyo.
24	Cortinilla	Explorando más allá del FM y AM. “Las plataformas digitales te sumergen en las infinitas posibilidades de la convergencia radial”.

3.6 Etapa de producción

3.6.1 Grabación material sonoro

Las grabaciones se hicieron en diferentes espacios, se capturaron algunos en la cabina de Radio San José, otro en la emisora de la Gobernación de Norte de Santander y otros desde dispositivos móviles en diferentes lugares abiertos, respondiendo siempre a la relación espacio-tiempo de los invitados. De igual manera, la grabación del cabezote y cortinilla se realizó en el



laboratorio de radio del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, ampliación Cúcuta. La musicalización utilizada es libre de copyright.

Figura 1 Realización entrevista a William Gómez





Figura 2 Realización entrevista Alejandro Cortes



Figura 3 Realización entrevista Alfonso Bayona y José Ramírez





Figura 4 Entrevista a Karina Silva



Figura 5 Entrevista a Adriana Mora y Julieth Cano



Figura 6 Entrevista a Pedro Ortega



Figura 7 Entrevista a Fabian Silva



Figura 8 Entrevista a Julio César Peñuela





3.6.2 Selección y análisis del material

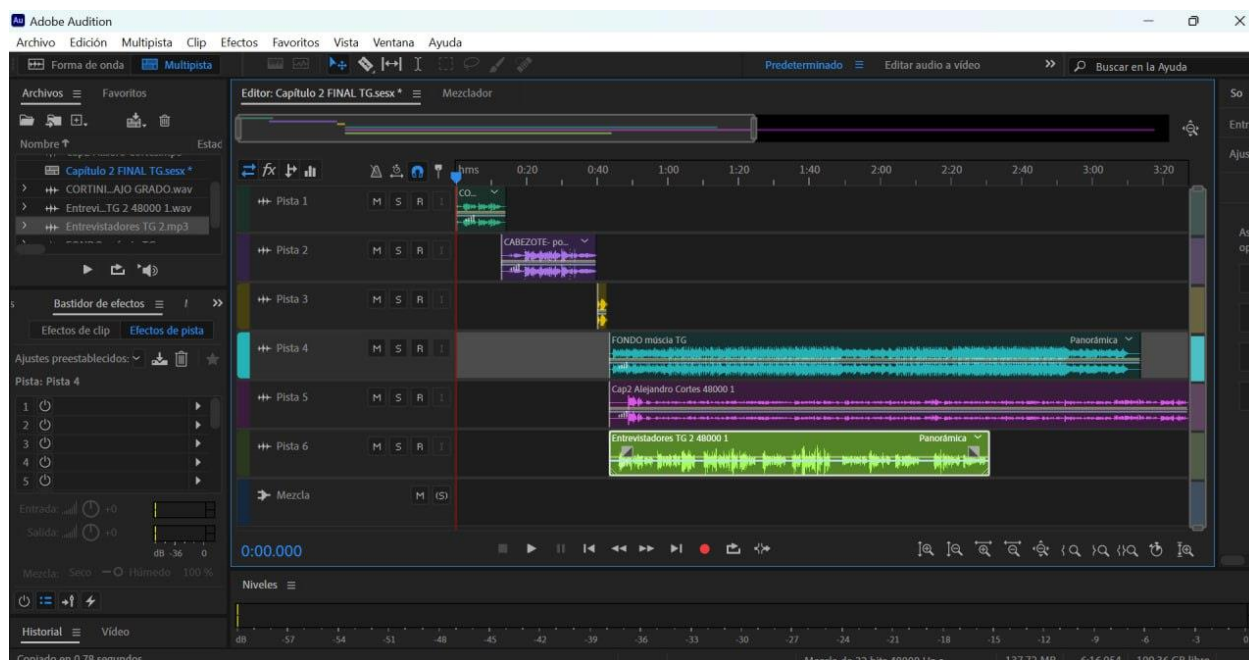
Tras las entrevistas, los audios se guardaban en una carpeta del ordenador separados para identificarse a que temática correspondía. Posteriormente se escuchó el material grabado para tomar decisiones en cuanto a la selección del material a utilizar y qué piezas, correspondientes a la voz de los locutores, debían volverse a grabar para lograr una mejoría.

3.7 Etapa de postproducción

3.7.1 Edición y montaje de la producción radiofónica

Durante esta etapa del proceso se importaron los audios a la herramienta Adobe Audition para limpiarlos, cortarlos de manera individual para posteriormente construir una secuencia narrativa por medio de la entrevista. En este punto se realizaron las mezclas y acompañamientos con la edición de formatos multipista que ofrece la herramienta de edición.

Figura 9 Captura de pantalla del proceso de edición en Adobe Audition



3.7.2 Ficha técnica

Tabla 11 Ficha técnica primer episodio

Podcast	La nueva radio
Formato	MP3
Género	Entrevista opinión
Tema central	Historia de la emisora radio San José de Cúcuta
Medio de emisión	Emisora y plataforma digital
Duración	15' 46''
Frecuencia	AM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y iVoox
Equipo de producción	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves
Narradores	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves



Tabla 12 Ficha técnica segundo episodio

Podcast	La nueva radio
Formato	MP3
Género	Entrevista opinión
Tema central	Evolución de la radio en la era de la consolidación de las plataformas digitales en los procesos de producción, difusión y consumo de contenidos.
Medio de emisión	Emisora y plataforma digital
Duración	9'4''
Frecuencia	AM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José y iVoox.
Equipo de producción	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves
Narradores	Angely Nieto – Derly Campillo.

Tabla 13 Ficha técnica tercer episodio

Podcast	La nueva radio
Formato	MP3
Género	Entrevista opinión
Tema central	Aspectos técnicos y herramientas tecnológicas para la operatividad de la emisora
Medio de emisión	Emisora y plataforma digital
Duración	17' 10''
Frecuencia	AM
Medio de emisión	Emisora y iVoox.
Equipo de producción	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves



Narradores	Derly Campillo y Javier Gelves.
-------------------	---------------------------------

Tabla 14 Ficha técnica cuarto episodio

Podcast	La nueva radio
Formato	MP3
Género	Entrevista opinión
Tema central	Funcionamiento y sostenibilidad de la economía de la emisora
Medio de emisión	Emisora y plataforma digital
Duración	8'43''
Frecuencia	AM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y iVoox
Equipo de producción	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves
Narradores	Angely Nieto y Javier Gelves.

Tabla 15 Ficha técnica quinto episodio

Podcast	La nueva radio
Formato	MP3
Género	Entrevista opinión
Tema central	Aplicación de nuevos formatos y plataformas en la emisora radial.
Medio de emisión	Emisora y plataforma digital
Duración	11'11''
Frecuencia	AM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y iVoox
Equipo de producción	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves



Narradores	Angely Nieto – Derly Campillo.
-------------------	--------------------------------

Tabla 16 Ficha técnica sexto episodio

Podcast	La nueva radio
Formato	MP3
Género	Entrevista opinión
Tema central	Desafíos y oportunidades de los medios de comunicación en la actualidad
Medio de emisión	Emisora y plataforma digital
Duración	9'03''
Frecuencia	AM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y iVoox
Equipo de producción	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves
Narradores	Derly Campillo y Javier Gelves.

Tabla 17 Ficha técnica séptimo episodio

Podcast	La nueva radio
Formato	MP3
Género	Entrevista opinión
Tema central	Ejercicio del periodismo en medio de la convergencia de medios radiales
Medio de emisión	Emisora y plataforma digital
Duración	12'21''
Frecuencia	AM



Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y iVoox
Equipo de producción	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves
Narradores	Angely Nieto – Javier Gelves

Tabla 18 Ficha técnica octavo episodio

Podcast	La nueva radio
Formato	MP3
Género	Entrevista opinión
Tema central	Reflexionar acerca de la radio como medio tradicional y lo que depara en su futuro.
Medio de emisión	Emisora y plataforma digital
Duración	9'44''
Frecuencia	AM
Emisora/Red social	Emisora Radio San José de Cúcuta y iVoox
Equipo de producción	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves
Narradores	Angely Nieto – Derly Campillo – Javier Gelves.



3.7.3 Evidencia de la emisión de las producciones radiofónicas

Figura 10 Carta Radio San José Universidad de Pamplona





4. Capítulo IV Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

La experiencia al desarrollar esta producción radiofónica fue altamente enriquecedora pasando por varios aspectos. Uno de los más importantes, sin dejar lugar a la duda, es la aceptación del constante cambio de los medios de comunicación en el contexto de una sociedad cada día más permeada y necesitada de tecnologías de la información. Otro factor muy importante se dio a medida que avanzaban las entrevistas, al contar con personas experimentadas en la materia, ya que en parte se reconstruía la memoria con lo que en otrora fue la radio, pero a su vez se contrastaba con la forma en que paso a paso el medio se ha ido adaptando a los cambios tecnológicos para desarrollarse así mismo.

Una hipótesis que se planteó en un principio dentro del presente trabajo incluía el término de “radio digital”, sin embargo, gracias a la información brindada por los entrevistados se logró identificar que la radio digital implica otros formatos y costos, que en Colombia aún no se cuentan con radios digitales, y la etapa en la que se encuentra las emisoras en medio de la convergencia tiene que ver más con una característica inclinada a un servicio con multiplataformas.

Por lo que, Radio San José se mantiene la emisora análoga en su frecuencia AM como bandera, mientras desarrolla otros formatos para comunicar a través de las diferentes plataformas



digitales como lo son las redes sociales con sus frecuentes actualizaciones para la mejora de experiencia de usuario, o en este caso oyente.

Un punto con el que se encontró en la grabación de los episodios, que no se tenía en cuenta, fue con los efectos negativos de la convergencia y las tecnologías de la información en los puestos de trabajo de las emisoras, ya que esto representó reducciones de personal que operaban en la radio.

En cuanto al proceso de producción, significó un reto cumplir con la agenda de los entrevistados, así como comprender el manejo del software diseñado para la edición de formatos sonoros y construir narrativas que transmitan un mensaje académico y de interés cultural, pero sencillamente entendible para diferentes públicos.

Finalmente, la transmisión de este seriado de podcast cumple con dos funciones principales: comprender, bajo un análisis crítico y reflexivo, un fenómeno que crece e impacta directamente en las comunidades y despierta especial atención en los profesionales de la comunicación. El segundo es consolidar a la radio como un medio sin caducidad y con una gran capacidad de adaptabilidad, así ha sido desde su creación y como bien señalan los protagonistas de este seriado, así seguirá siendo.



4.2 Recomendaciones

Aunque no es necesario, se recomienda escuchar el seriado en su orden cronológico, así se mantiene el sentido del mensaje que se desea transmitir abarcando desde el contexto histórico de la emisora hasta lo que le depara en el futuro bajo las perspectivas de los protagonistas.

Aprovechar el formato y su carácter atemporal para volver a la producción y replantearse preguntas que lleven a un camino investigativo en los que no se profundizaron tanto, como la implementación de la inteligencia artificial aplicada a los medios de comunicación y un estudio a profundidad de la audiencia de Radio San José

Bibliografía

- Andrade Daniela, Jiménez Orelis (2021). Las TIC como herramienta para Pymes en Pamplona Norte De Santander. Obtenido de: Universidad de Pamplona.
 file:///C:/Users/angel/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/MD1SS651/Andrade__Jim%C3%A9nez__2021_TG [1].pdf
- Arias Diana (2019). La historia de Internet en el mundo, Colombia y del dominio .co. Obtenido de ENTER.CO <https://www.enter.co/guias/lleva-tu-negocio-a-internet/la-historia-de-internet-y-del-dominio-co/ER.CO>
- Barranquero, Alejandro y Martínez Martín, Manuel (2021). Participación ciudadana, servicio público y convergencia digital. La percepción de los profesionales de Radio Nacional de España. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en



Comunicación, nº22. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la
Comunicación de la Universitat Jaume I, 235-256. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.13>

Barrios Rubio, A. (2015). La radio colombiana frente al reto digital. *Comunicación Y Medios*, (31), Pág. 113 – 131. <https://doi.org/10.5354/rcm.v0i31.34367>

Benkler, Y. (2006). The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom. *How Social Production Transforms Markets and Freedom* (p. 527). New Haven and London.

Blanco Martínez, Saborit.k. (2023). Formación ciudadana desde las plataformas digitales de Radio Camagüey, Cuba: desafíos de la transformación digital: Citizen training from the digital platforms of Radio Camagüey, Cuba: challenges of digital transformation. *REVISTA CIENTÍFICA DE EDUCACIÓN DE KOLPA EDITORES KOLPA*, 4(1), 94-109. <https://doi.org/10.47258/rceke.v3i1.139>

Botello Peñaloza, Héctor Alberto (2014). Determinantes del acceso a Internet en Colombia. *Ánfora*, 21(37), 21-36. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538

Castro, M. (10 de abril de 2024). RTVC Sistema de Medios Públicos. Tomado de: <https://www.rtvco.gov.co/noticia/que-es-un-podcast>



Carballo. A. 2023. ¿Qué es la comunicación digital y por qué estudiar esta carrera?.Poli verso.

Tomado de: <https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/que-es-la-comunicacion-digital-y-por-que-estudiar-esta-carrera>

Carranza María K., Viva Brenda J., Zambrano Jesús E. (2021) El podcast radial como herramienta de empoderamiento comunicativo en el grupo juvenil Renovación 21 de la Iglesia Centro Cristiano Ureña. Obtenido de: Universidad de Pamplona:
file:///C:/Users/angel/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/Y2T3F25A/Carranza_Vivas_2021_TG[1].pdf

Carreño Diana C., Hernández Juan Leonardo (2021). Las Tic como herramienta de pedagogía crítica en los estudiantes de grado tercero de la Institución Educativa Liceo del Llano, Arauca. Obtenido de: Universidad de Pamplona.
file:///C:/Users/angel/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/XU1UTYFO/Hernandez_Carreño_2021_TG [1].pdf

Data reportal (26 de enero de 2023). Digital 2023: Informe general global. Obtenido de Data reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

Equipo editorial, E. (03 de febrero de 2023). Radio. Obtenido de Radio:
<https://concepto.de/radio-medio-de-comunicacion/>

Espada, A. E. (2022). La organización productiva de la radio en la convergencia digital: Análisis y clasificación de casos a partir de un estudio argentino. *Radiofonias – Revista De*



Estudios En Medios Sonoros, 13(3), 6-42. Recuperado a partir de

<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5552>

Graells, P. M. (2000). Las TIC y sus aportaciones a la sociedad. *Departamento de pedagogía aplicada, facultad*. Tomado de:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35318330/LAS_TIC_Y_SUS_APORTACIONES_A_LA_SOCIEDAD-libre.pdf?1414560890=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLAS_TIC_Y_SUS_APORTACIONES_A_LA_SOCIEDAD.pdf&Expires=1716163703&Signature=L0rS71wJb4vn-mb0eiMbsO76gfzxJTNyUGPfatckVOo7rMDRWWOevIqpiZSkgnfbvVe55gpy6fbmddh4h8iy-JAQG8JUa1JLZ39g8awlNBObbTalJpTJXAtL1exxWrp51hYZuxwU9XR9-wc8AEIq3BB2Mhb7LtYLfu6YcsN4D3ea27NMg8jKdKIF~RTFSDjS9ePdDVN5h~JbXEqHjN4oWCwTDyCbGA~SgH3oExIRSSQkU3zAfkAA-7RZMgSemjKxpcZrfJ10qTC2JRXLlaOBx2QAalf0eJWnXxmYgK529-W0yRfEtI9u6CZddh6S6LH8kYGTj5gOzlJve2FveiA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Gordo Miguel A. (28 de febrero de 2021). La influencia de las Tic en la sociedad actual.

Obtenido de: Didactia Grupo Master. <https://didactia.grupomasterd.es/blog/numero-20/la-influencia-de-las-tic-en-la-sociedad-actual>



Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Herreros, M.C. (2021). La Radio en la Convergencia Multimedia. Obtenido de La Radio en la Convergencia Multimedia:

https://www.google.com.co/books/edition/La_radio_en_la_convergencia_multimedia/HtpgDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=La+radio+en+la+convergencia+multimedia+De+Mariano+Cebri%C3%A1n+Herreros&printsec=frontcover

Jenkins, H (2006). Convergence Culture La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Obtenido de Convergence Culture La cultura de la convergencia en los medios de comunicación: <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>

Lourdy, J. (26 de Marzo de 2011). La República. Obtenido de La República:

<https://www.larepublica.co/empresas/la-pandemia-del-covid-19-esta-reacomodando-la-radio-hablada-en-colombia-3144713>

Marín, Andrés (2023). Complejidad del ecosistema digital: interacciones y audiencias en la era de la inteligencia artificial y los metaversos. Obtenido de Complejidad del ecosistema digital: interacciones y audiencias en la era de inteligencia artificial y los metaversos:



<https://www.anesma.com/complejidad-del-ecosistema-digital-interacciones-y-audiencias-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial-y-los-metaversos/>

Marqués, P. (2001) Las TIC y sus aportaciones a la sociedad. Obtenido de:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35318330/LAS_TIC_Y_SUS_APORTACIONES_A_LA_SOCIEDAD-libre.pdf?1414560890=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLAS_TIC_Y_SUS_APORTACIONES_A_LA_SOCIEDAD.pdf&Expires=1701317026&Signature=atRCCXP1mKuLQyyoyXJkMjKNrsG1~Ac28gF2~SPHAD7Xnuwz~QS5WN5VMUoOefehJxpgBD9WInBdv5JghmOosWG9dYeRC-CiBBt1GKT-rCgAGleNfoZyqdxqsZH8qzdqIJGpsLSvPbLGDug~AUYM4ZUyXGQYDUahV0guGgFxL3Y3CmKLd2UvIV4SV9IUml0B89pyZZcQC52oWUm88ig4KhiSNX-sVsHJnyPsovJxXKnxSGHgwzvxoFrSEytGg0SzwCpc7q8xvWTlX0zOYIx-wHqHisydsJdDg62aNZrCigCjBlFRRCVHK~8vW1TXMwvsxnTCMvD-tUGs0Ak-IChh2w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Marmolejo.D, Morales E.(2018). Memoria histórica de la emisora radio San José de Cúcuta 11.60 AM, como medio de comunicación de la Universidad de Pamplona.

McHugh, S. (13 de abril 2023). El podcast, la radio reinventada.

<https://courier.unesco.org/es/articles/el-podcast-la-radio->



reinventada#:~:text=La%20creaci%C3%B3n%20del%20podcast%20se,pod%C3%ADan
%20descargarlos%20a%20su%20conveniencia.

Morales, N. (2015). Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos. Recuperado de
<https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria>.

Moreira, A (2002). Investigación en educación en ciencias: métodos cualitativos. Obtenido de:
<https://www.if.ufrgs.br/~moreira/metodoscualitativos.pdf>

Naughton, J. (2016). The evolution of the Internet: from military experiment to General Purpose
Technology, Journal of Cyber Policy, 1:5-28, DOI: 10.1080/23738871.2016.1157619

Norato, L. A. (01 de Febrero de 2021). Señal Memoria RTVC. Obtenido de Señal Memoria
RTVC: <https://www.senalmemoria.co/articulos/radio-nacional-80-anos-registrando-la-historia-de-colombia-0>

Ortiz Sobrino, M., Marta-Lazo, C. & Contreras-Pulido, P. (2021). Competencias profesionales
para la gestión de emisoras universitarias en España. <https://doi.org/10.7764/cdi.48.1538>

Ospina, Andrés (4 de marzo de 2022). Qué es un podcast y cómo hacer uno de calidad: 5 pasos.
Obtenido de: Qué es un podcast y cómo hacer uno de calidad: 5 pasos
<https://www.rdstation.com/blog/es/que-es-un-podcast/>



Pérez, G. R. (13 de Marzo de 2015). Ecos de la Radio. Obtenido de Ecos de la Radio:

<https://www.radionacional.co/cultura/radio-sutatenza-la-primera-revolucion-educativa-del-campo-para-el-campo>

Petit Torres, Elsa Emilia. (2003). El cambio tecnológico en el modelo de producción

radial. *Opción*, 19(40), 118-140. Recuperado en 01 de noviembre de 2023, de

[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000100007&lng=es&tlng=es)

[15872003000100007&lng=es&tlng=es.](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000100007&lng=es&tlng=es)

Quintana Guerrero, B., Parra Duque, C., & Riaño Peña, J. P. (2017). El podcast como

herramienta de innovación en los espacios de comunicación universitaria. *Anagramas*

Rumbos y Sentidos de la Comunicación, 15(30), 81-100.

<https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a4>

Raynaud G. D. (9 de Agosto de 2019) La Opinión. Obtenido de La Opinión:

<https://www.laopinion.com.co/memorias/radiodifusion-en-los-cuarenta>

Robles, M. Á. (2020). Universidad de Guadalajara. Obtenido de Ecos de la Radio:

[http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3088/1/Resumen%20del%](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3088/1/Resumen%20del%20Contenido%20de%20la%20Unidad.pdf)

[20Contenido%20de%20la%20Unidad.pdf](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3088/1/Resumen%20del%20Contenido%20de%20la%20Unidad.pdf)

Rodríguez, A. (2021). *El consumo de pódcast en Colombia ¿ilusión o realidad?* Recuperado de:

[http://hdl.handle.net/10554/58858.](http://hdl.handle.net/10554/58858)



Rodríguez, P. (2021). Cómo producir un podcast paso a paso. Tomado de:

<https://mumbler.io/es/blog/como-producir-un-podcast/#:~:text=A%20grandes%20rasgos%2C%20una%20producci%C3%B3n,el%20episodio%20antes%20de%20publicarlo>

Ruth Velandia, D. M. (2022). Timetoast. Obtenido de Timetoast:

<https://www.timetoast.com/timelines/historia-de-la-radio-en-colombia-94277e44-acba-4573-8de4-13f1c8c29c37>

Sadurní, J. (13 de Febrero de 2023). Historia NATIONAL GEOGRAPHIC. Obtenido de Historia

NATIONAL GEOGRAPHIC: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/marconi-y-primer-transmision-por-radio-historia_14204

Sánchez, Javier (2008). Métodos de investigación cualitativa. Obtenido de Métodos de

investigación cualitativa:

<https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/685/1/METODOS-DE-INVESTIGACION-CUALITATIVA.pdf>

Scolari.C.(2008). Hipermediaciones, elementos para una teoría de la comunicación digital

interactiva. Gedisa, S.A (Ed). <https://acortar.link/tPSHcT>

Scolari, Carlo (2015). Ecología de los Medios Entornos, evoluciones e interpretaciones. Obtenido

de Ecología de los Medios Entornos, evoluciones e interpretaciones:



https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/45919/Scolari_Ecologia_medios.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SUING, A.; ORDÓÑEZ, K. y HERRERO-GUTIÉRREZ, F. J. (2020). «La coexistencia de la radio y las redes sociales en el proceso de convergencia mediática en España». *Análisis: Quaderns de Comunicació i Cultura*, núm. extraordinari 2020, 1-16. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3206>

Unesco Institute for Statistics (2009). Obtenido de Unesco Institute for Statistics: <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/guide-to-measuring-information-and-communication-technologies-ict-in-education-sp.pdf>

Unicentro Cúcuta (15 de septiembre de 2019) Unicentro Cúcuta. Obtenido de Unicentro Cúcuta: <https://www.unicentrocucuta.com/uninoticias/resena-la-primer-radio/#:~:text=La%20radiodifusi%C3%B3n%20en%20Norte%20de, llamarse%20La%20Voz%20del%20Norte.>

Universidad Nacional Autónoma de México. (2018) ¿Qué son las TIC? Tutorial «estrategias de aprendizaje». UNAM. <http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC>

Zambrano-Ayala, W. R., García-Ramírez, D. y Barrios-Rubio, A. (2019). El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 587-607. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63747>



Anexos

Fotos evidencias grabación de cabezote, cortinilla y de algunas entrevistas



Grabación de Cabezote



Grabación cortinilla



Grabación de offs de entrevistas



Identificador del seriado de podcast



[Inicio](#)
[Explorar](#)
[Descargar app](#)

[Inicio](#) > [Gabriela Nieto](#) > [Canal de La Nueva Radio P9-8093](#) > [La Nueva Radio](#)

PODCAST

La Nueva Radio

Por [Gabriela Nieto](#) | En [Canal de La Nueva Radio P9-8093](#) | 8 | | ★★ ★

‘La nueva radio’ es una serie de podcast conformada por ocho episodios. Donde en cada uno de ellos abordará, desde la perspectiva de personas que han trabajado a lo largo de los años en este medio, temas que van desde la radio tradicional y el avance tecnológico hasta la aparición de las redes sociales como plataformas para difusión de los contenidos radiales.

[Suscribirse](#)
[Comunidad](#)
[Compartir](#)
[RSS](#)

[Episodios](#)
[Le gusta a](#)

Publicación del seriado en la plataforma IVoox