

APORTE AL POSICIONAMIENTO DE LA EMISORA VIRTUAL “ESTACIÓN V” EN LOS
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE
LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA.

DIEGO ALMEIDA HERNÁNDEZ

Pasantía profesional

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

BUCARAMANGA

2018

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Tabla de contenido

1.Introducción.....	1
2. Planteamiento de Objetivos.....	9
2.1 Plan de acción	10
3. Objetivo específico n°1	13
3.1 Desarrollo plan de acción	13
3.2 Ejercicio Diagnóstico.....	13
3.3 Técnicas de Recolección.....	13
3.3.1 Encuesta.	14
3.4 Gráficas y Análisis.....	18
3.5 Conclusiones ejercicio diagnóstico.....	26
4. Objetivo específico n° 2.....	27
4.1 Coordinador de Programación.....	28
4.1.1 Página <i>web</i>	28
4.1.2 <i>Ivoox</i>	28
4.1.3 <i>Twitter</i>	29
4.1.4 <i>Facebook</i>	30
4.1.5 <i>Instagram</i>	31

4.2 Dirección y Producción Radial.....	31
5. Objetivo específico n°3.....	37
5.1 Diseño Campaña Radial.....	37
6. Conclusiones.....	46
7. Recomendaciones.....	47
8. Bibliografía.....	48
9. Anexos.....	50

Lista de tablas

<i>Tabla 1.</i> Descripción de la propuesta de trabajo.....	10
<i>Tabla 2.</i> Cronograma de actividades realizadas.....	12
<i>Tabla3.</i> Publicaciones en <i>web</i>	27
<i>Tabla 4.</i> Carga de programas en plataforma <i>Ivoox</i>	28
<i>Tabla 5.</i> Asignación de semanas para análisis documental.....	29
<i>Tabla 6.</i> Publicaciones realizadas en <i>Twitter</i>	29
<i>Tabla 7.</i> Registro de publicaciones en <i>Facebook</i>	30
<i>Tabla 8.</i> Publicaciones en <i>Instagram</i>	31
<i>Tabla 9.</i> Realización “Informativo UPB”	31
<i>Tabla 10.</i> Guión radial “Informativo UPB”	33
<i>Tabla 11.</i> Realización de “Soy UPB”	35
<i>Tabla 12.</i> Guión radial para “Soy UPB”	35
<i>Tabla 13.</i> Asignación para publicación de fotografías.....	39
<i>Tabla 14.</i> Guión Literario	39
<i>Tabla 15.</i> Guión técnico para cápsula N°1.....	42
<i>Tabla 16.</i> Guión técnico para cápsula N°2.....	43
<i>Tabla 17.</i> Guión literario para cápsula N°3.....	44
<i>Tabla 18.</i> Guión literario para cápsula N°4.....	45
<i>Tabla 19.</i> Guión literario para cápsula N°5.....	46

Lista de gráficas

Gráfica 1.....	18
Gráfica 2.....	19
Gráfica 3.....	20
Gráfica 4.....	21
Gráfica 5.....	22
Gráfica 6.....	23
Gráfica 7.....	24
Gráfica 8.....	25

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: APOORTE AL POSICIONAMIENTO DE LA EMISORA VIRTUAL “ESTACIÓN V” EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

AUTOR(ES): Diego Almeida Hernández

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Dayra Fabiola Suárez

RESUMEN

Distintos medios de comunicación han logrado convertirse en una parte cotidiana de la vida en sociedad. Actualmente la tecnología en materia de tecnologías de información y comunicación (Tic) ha dado un impulso a la diversidad de medios, la variedad de mensajes y la posibilidad de un mundo de nuevos perfiles receptores. Estación V es un medio alternativo que nace como un nativo de la era digital y trabaja como una emisora virtual, la cual desarrolla un proyecto radial que vincula a la comunidad universitaria. Estudiantes, docentes y personal administrativo tienen la posibilidad de participar en este medio de comunicación de la institución educativa. En el presente documento se presenta el informe correspondiente al trabajo realizado durante la pasantía profesional, el cual fue contribuir al posicionamiento de la emisora virtual “Estación V” en los estudiantes de la facultad de comunicación social y periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga. El informe comienza por describir el estado en el cual se encontró la relación entre la emisora y su público objetivo. Esta parte se expone mediante los resultados de la medición realizada por medio de la aplicación de una encuesta. Para dar cumplimiento a la propuesta de trabajo, también se planteó las funciones que se desempeñan en el cargo de Coordinador de Programación en la emisora. Se establece las tareas operativas que se ejecutaron durante el desarrollo de la pasantía y que son de vital importancia para el óptimo funcionamiento del medio; dejando claridad de los tiempos empleados. De igual manera se cuenta lo realizado en el contenido a través de canales digitales que utiliza la emisora. Al finalizar se propone la realización de una campaña que permita fortalecer el trabajo realizado por Estación V con sus públicos y su proyecto comunicativo.

PALABRAS

CLAVE:

Comunicación, radio, redes, estudiantes, Universidad, web, Bucaramanga, UPB

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: CONTRIBUTION TO THE POSITIONING OF THE VIRTUAL EMITTER "STATION V" IN THE STUDENTS OF THE FACULTY OF SOCIAL COMMUNICATION AND JOURNALISM OF THE UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

AUTHOR(S): Diego Almeida Hernández

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Dayra Fabiola Suárez

ABSTRACT

Different media have managed to become an everyday part of life in society. Currently, technology in the field of information and communication technologies (ICT) has given a boost to the diversity of media, the variety of messages and the possibility of a world of new receiving profiles. Station V is an alternative medium that means as a native of the digital era and works as a virtual station, which develops a radio project that is linked to the university community. Students, teachers and administrative staff have the possibility to participate in this means of communication of the educational institution. In this document we present the report corresponding to the work carried out during the professional internship, which was a contributor to the positioning of the virtual station "Estación V" in the students of the faculty of social communication and journalism of the Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga section. The report begins by describing the state in which the relationship between the station and its target audience was found. This part is exposed through the results of the measurement made through the application of a survey. In order to comply with the work proposal, he also raised the functions he performs in the position of Programming Coordinator at the station. It establishes the operative tasks that were executed during the development of the passion and that are important for the functioning of the environment; leaving the clarity of the times employed. In the same way, what is done in the content of digital channels used by the station is counted. At the end, a campaign is offered to strengthen the work done for Station V with its public and its communicative project.

KEYWORDS:

Communication, radio, red, students, university web, Bucaramanga, UPB

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

1. Introducción

En este trabajo se presenta el desarrollo de la pasantía profesional, realizada como modalidad de grado en el cargo de Coordinador de Programación, en la emisora virtual “Estación V”, adscrita a la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga. La cual ha funcionado como medio difusor de un diverso contenido, a través de programas incluyentes que han trabajado dentro de un proyecto comunicativo de radio universitaria.

Estación V

Para realizar el trabajo de pasantía se debe tener en cuenta la razón de ser del medio de comunicación, Estación V. Desde el 2009 se inició la idea para la creación de Estación V, pero desde el 2011 docentes y personal administrativo de la UPB Bucaramanga realizan su aporte a esta propuesta radial que ha contribuido desde su misión y visión con el papel de ser un laboratorio que permite acompañar y fortalecer el proceso de formación del área de radio en la comunicación y el periodismo. Dentro de lo expuesto en el contenido de la página web de Estación V (2011); encontramos que Estación V es la emisora virtual de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) seccional Bucaramanga. Es un espacio de comunicación incluyente y pluralista. Desde la misión se plantea, ser una emisora virtual universitaria incluyente, pluralista y participativa, que aborda las diferentes manifestaciones de la cultura, la información y el entretenimiento desde una mirada universal. En la visión, se proyecta como una emisora virtual universitaria reconocida en el oriente colombiano por explorar los diferentes géneros y formatos radiales desde un enfoque creativo, pluralista y con responsabilidad social.

Desde su identidad tiene un principal componente hacia un trabajo cultural y participativo, propio de las radios, como señala Jorge Pérez, Olmos (S.f). Tiene como objetivo general, ser un espacio de comunicación y diálogo para promover la participación de diferentes estamentos de la universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, en la construcción de una emisora pluralista, con sentido ético y responsabilidad social. Desde los objetivos específicos se propone garantizar la producción de contenidos de calidad, desde la utilización de los elementos del lenguaje radiofónico, de forma que se visibilice una programación con excelencia estética. A su vez define el desarrollo de producción radiofónica con contenidos de información, educación y entretenimiento, desde un enfoque participativo y pluralista; contribuir al proceso de formación de los estudiantes de la Facultad de comunicación social – periodismo, mediante el fomento a la realización de programas que permitan la vinculación teórico- práctica del ejercicio radiofónico. Por último, constituir un nuevo espacio de expresión, participación y comunicación interactiva en donde se reflejen todos los estamentos de la comunidad universitaria.

Estación V cumple su función como medio de comunicación a nivel institucional a través de la difusión de información institucional que debe ser de conocimiento general para la comunidad universitaria. Este trabajo está vinculado con el departamento de comunicaciones de la universidad para trabajar por la efectividad en los procesos comunicativos y aportar en la construcción de una imagen corporativa positiva ante los públicos internos y externos. De esta manera es posible trabajar de manera conjunta y realizar la labor como medio difusor para la institución.

Propuesta de Trabajo

Teniendo claridad frente al medio Estación V. Este texto contiene la propuesta comunicativa desarrollada como pasantía, durante el 8 de agosto del 2017 hasta el 28 de febrero de 2018; la cual estuvo enfocada en desarrollar un trabajo interno y externo en la emisora virtual “ESTACIÓN V”. Dentro de este marco, se dividió en tres objetivos específicos que permiten dar cumplimiento al objetivo general. En la primera parte se observa los resultados de la información recolectada a través de una herramienta, la encuesta, aplicada a un público objetivo de su trabajo y proyecto comunicativo. Estos datos se han descrito y dieron su aporte en la construcción de conclusiones y recomendaciones.

Recolección de Información

Por otra parte, se implementó una recolección de información sobre el conocimiento que tienen los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga, sobre el espacio de la emisora virtual “Estación V. Se indagó sobre el consumo de los contenidos de la emisora, la frecuencia y los horarios de sintonía; para lograr establecer la situación actual de la emisora en uno de sus públicos principales, los miembros de la facultad a la cual está adscrita “Estación V”.

La obtención de estos datos permite determinar nuevas vías de trabajo para la búsqueda de dar a conocer a la emisora en los miembros de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo y a nivel institucional de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga. Así podría fortalecerse como un medio de comunicación y aportar al proceso de alta acreditación multi-campus, que vive la universidad, ante El Consejo Nacional de Acreditación (CNA).

Análisis Documental.

El análisis documental consistirá en un trabajo mediante el cual por un proceso de seguimiento y análisis de la información en la red sociales de la emisora; las cuales constituyen una fundamental fuente para la difusión de contenido. A través de esta técnica se recolectó información desde la página (*Fanpage*) de *Facebook* utilizada por la emisora virtual “Estación V” y su cuenta en *Twitter e Instagram*. Así se puede describir el proceso de interacción que se genera entre el público y el medio, a partir del contenido difundido en estos medios digitales.

Comunicación Digital.

El intercambio de información que la plataforma digital ha venido transformando necesita ser conducido de manera correcta para lograr beneficios colectivos. Para el sector educativo se ha convertido a su vez en un reto en la relación con su público directo. Junto a Estación V los estudiantes pertenecen a la generación catalogada, Nativos Digitales, por su natural inmersión e interacción en el mundo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. Así las Redes son entendidas como “formas interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”. Desde esta perspectiva, la emisora puede aprovechar al recurso estudiantil y a su vez fortalecer el trabajo ya desarrollado desde el programa de formación académica.

En la segunda parte de este trabajo se observan las tareas operativas requeridas por la emisora para su óptimo funcionamiento y que corresponden al cargo ejecutado como

Coordinador de Programación. Dichas funciones están definidas desde la dirección de la emisora. El trabajo desarrollado comprende un aspecto importante en materia de trabajo periodístico, producción radial y generación de contenido en medios virtuales. Para el área virtual se presenta el desempeño de las actividades asignadas. A su vez se presenta un registro de la frecuencia de generación de contenido y la interactividad que se genera con los usuarios que están vinculados a las cuentas de la emisora. De esta manera se logra establecer la viabilidad de la manera como se lleva a cabo esta emisión y comunicación en plataformas digitales.

Las nuevas tecnologías han permeado la comunicación permitiendo que medios masivos alternativos permitan una participación de los ciudadanos, movimientos sociales y culturales en la red. Para Manuel Castells (2005) la tecnología no es solo una herramienta, también es un medio que repercute en la construcción social en donde se construye el proyecto de un actor social a través de la autonomía individual. Por ende, Estación V, como medio alternativo es una herramienta de generación de información, comunicación y de educación.

Redes Sociales.

La página y las distintas cuentas en redes sociales son un eje primordial en la difusión del material radiofónico y proyecto radial de Estación V. Por tanto se trabaja de manera conjunta con la Dirección de la emisora, la generación de contenido multimedia para las cuentas que fueron asignadas al cargo de Coordinador de Programación. *Facebook, Twitter e Instagam* hacen parte de las principales vías de difusión de contenido para la emisora. Se suma la plataforma, *Ivoox*, para la publicación y almacenamientos de audios en la red. . Estas opciones se fortalecen en la medida que se vinculan las redes virtuales que maneja la

emisora para la difusión del material radiofónico que es producido y emitido desde la emisora.

Estación V al ser un medio de comunicación virtual ha trabajado de manera digital en distintas redes sociales; lo cual le ha permitido, gracias a la evolución de la *WEB*, lograr difundir sus contenidos radiofónicos y proyectar el trabajo que realiza como emisora universitaria. Estas redes y canales han construido una imagen de “Estación V”. Desde el trabajo como Coordinador de Programación y desde la Dirección de la emisora se lidera el desarrollo de contenido para estos espacios en la web que permite la creación de comunidad. Naso, Federico, Balbi Luciana y Di Grazia Nelson (S.f) definen que por medio de las redes sociales se puede llegar a más personas aumentando el número de contactos, creando un grupo más amplio del que se podría tener en una red social presencial; ventajas de la comunidad en la web. Dentro de las redes utilizadas por la emisora encontramos: *Facebook, Twitter, Instagram, Ivoox*. Al igual a partir del año 2017 “Estación V” comenzó a ser parte del grupo mundial de emisoras universitarias que se encuentran vinculadas a la plataforma digital Radio Garden: “proyecto interactivo desarrollado por el Instituto Holandés para el Sonido y la Visión en cooperación con seis universidades de Alemania, Holanda, Dinamarca y Reino Unido” (BBC, 2017). Lo cual ha ampliado las posibilidades de ser encontrados por nuevos oyentes y dar a conocer este proyecto radial universitario.

Twitter.

Twitter es una red social que al igual que otras redes, va adquiriendo un tipo de uso específico. Para “Estación V” ha sido el principal canal de comunicación con su público. Aunque existen varias razones por las que se sugiere que *Twitter* debe ser usado en plano más político y electoral; también existen razones y ejemplos claros del uso de esta red social en espacios de un desarrollo formativo que implica a la academia. “Las redes sociales ofrecen fórmulas eficaces a

la institución de educación superior tanto para desarrollar actividades formativas innovadoras apoyadas en la participación e interacción entre docentes y estudiantes, como para mejorar su identidad corporativa, difundir y transmitir información institucional” (Universidad de Extremadura). De esta manera se observan las posibilidades en que un medio virtual y universitario como “Estación V” que tiene como principal componente el recurso humano; estudiantes, docentes y personal administrativo, puede avanzar en el desarrollo pleno de proyecto radial desde un trabajo realizado en las redes sociales de la *Web*.

Facebook.

Actualmente una de las redes más utilizadas a nivel mundial. Comenzó en la universidad americana de Harvard y nació como una herramienta que permitía a los estudiantes permanecer en contacto entre ellos, intercambiarse notas sobre los cursos y organizar todo tipo de reuniones estudiantiles. Ahora es posible utilizarla como medio de comunicación. En septiembre de 2006 se abrió a todos los públicos, cerrando ese año con más de 140 millones de usuarios. La expansión de la red ha permitido que el grupo de usuarios incremente y su vez moldee los perfiles de los nuevos agentes que surgen en la *Web*; perfiles que a su vez son públicos y que se encuentran en esta red que es el punto de encuentro entre el usuario y la red que ha conformado durante el uso de su cuenta en *Facebook*.

En el intercambio de multimedia e hipertexto, en la red social *Facebook*, se crea un proceso comunicativo dependiendo de la apropiación que el usuario haga de la red y el fin que tenga para usarla. Para la emisora se presenta un medio de conexión con sus públicos tanto internos como externos.

Página Web: “Estación V”.

Después de presentar las tablas del contenido en redes sociales, se incluye el trabajo realizado en la página web. El uso de la evolución de la web ha establecido un proceso más comunicativo que informativo. La posibilidad del *feed-back* sobre el contenido al que accede, cualquier usuario, en internet: la interactividad; el contenido multimedia (imagen, audio y video) y la hipertextualidad que facilita la lectura amplia y profunda de la información, son los tres ejes principales de lo que se conoce después de la *Web 2.0* y su continua evolución. Para visualizar este proceso comunicativo fuera de lo tradicional es importante ver cómo con la aparición de las redes sociales, se ha fortalecido el uso de Internet como medio de interconexión para informar y comunicar de una manera diferente a siglos anteriores con el uso del desarrollo tecnológico.

2. Objetivos

Objetivo general.

- Contribuir al posicionamiento de la emisora virtual “Estación V” en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga.

Objetivos específicos.

- Identificar el nivel de apropiación de la “Estación V” en los estudiantes de la facultad a través de un ejercicio diagnóstico.
- Reconocer la función estratégica del coordinador de programación para generar contenido para las redes sociales y desarrollo de tareas operativas de la emisora virtual “Estación V” de la Facultad.
- Diseñar una campaña promocional para ser aplicada de manera posterior a la culminación de este trabajo como pasantía, que permita la apropiación de la Estación V, entre los estudiantes de la facultad.

2.1 Plan de Acción.

Tabla 1. Descripción de la propuesta de trabajo

Objetivo	Estrategias	Acciones
Identificar el nivel de apropiación de la Estación V en los estudiantes de la facultad a través de un ejercicio diagnóstico.	Medir el estado de la emisora virtual “Estación V” en los estudiantes de la Facultad mediante la encuesta.	<p>Definir una muestra del total de la población para realizar la recolección de información.</p> <hr/> <p>Aplicar encuesta a la muestra estudiantil y docente.</p> <hr/> <p>Tabulación y descripción de la información recolectada.</p> <hr/> <p>Análisis de los datos obtenidos.</p> <hr/> <p>Plantear conclusiones y recomendaciones.</p>
Reconocer la función estratégica del coordinador de programación en generar contenido para las redes sociales y desarrollo de tareas operativas de la emisora virtual “Estación V” de la facultad.	Describir las distintas funciones asignadas al Coordinador de Programación	<p>Establecer un flujo de contenido para las redes sociales de la emisora: <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i>.</p> <hr/> <p>Contribuir con un buen clima laboral</p> <hr/> <p>Apoyar las diferentes actividades operativas que requiere la emisora.</p> <hr/> <p>Apoyo en control técnico a los programas radiales asignadas.</p> <hr/> <p>Buen manejo de los equipos e instalaciones de la emisora.</p> <hr/> <p>Apoyar a los productores en cualquier dificultad técnica que se pueda presentar.</p>

		<p>Entablar una relación de cercanía y confianza con los productores e invitados.</p> <p>Cargar al canal de <i>Ivoox</i> los programas emitidos por la emisora.</p> <p>Monitorear la señal en vivo</p> <p>Apoyar en la producción de audios para la identificación y promoción de la emisora.</p>
<p>Diseñar una campaña promocional para ser aplicada de manera posterior a la culminación de este trabajo, que permita la apropiación de la Estación V, entre los estudiantes de la facultad.</p>	<p>Establecer <i>Brief</i> para la realización de la campaña.</p>	<p>Describir la campaña.</p> <p>Definir el público.</p> <p>Selección de productos a usar.</p> <p>Esquema para la realización de los productos.</p> <p>Redactar guion para productos radiofónicos.</p>

Realizado por : Diego Almeida H.

Tabla 2. Cronograma de actividades realizadas

Cronograma de Actividades																																
Actividad	Tiempo (meses)																															
	Agosto				Sept.				Octubre				Nov.				Dic.				Febrero (2018)				Marzo				Junio			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Coordinador de programación																																
Publicaciones en redes sociales	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							x	x	x	x				
Realización de programas (reportería, locución y edición)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x									x	x	x	x				
Cubrimientos (se realizaron a solicitud de la Dirección y Comité de comunicaciones)			x			x				x						x																
Control técnico		x	x	x		x	x	x		x	x	x		x	x	x									x	x	x	x				
Apoyo a transmisiones				x			x				x					x																
Recolección de Información																																
Diseño Encuesta					x	x	x			x	x	x																				
Aplicar encuestas															x	x									x							
Análisis de resultados																											x	x				
Diseño Campaña (Brief)																																
Descripción de la campaña																															x	x

Realizado por Diego Almeida H.

3. Objetivo específico n°1

3.1 Desarrollo del Plan de acción.

Para darle cumplimiento al objetivo general, de contribuir al posicionamiento de la emisora virtual “Estación V” en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga; se realizó una recolección de información que tuvo como objetivo, identificar el nivel de apropiación de la Estación V en los estudiantes de la facultad a través de un ejercicio diagnóstico.

3.2 Ejercicio Diagnóstico

El presente ejercicio diagnóstico, se enfocó en describir características del estado en qué se encuentra la relación entre los estudiantes y Estación V. Aunque se remite a un tema que se aborda desde lo cualitativo, no se excluye el uso de herramientas cuantitativas en el desarrollo del trabajo planteado. En la elaboración de este ejercicio se indagó sobre el conocimiento, uso y consumo que existe en el público, los estudiantes, ante la radio en general y Estación V. Después de determinar el estado de esta relación entre el público y la emisora, se dará paso a definir como parte de esta propuesta de trabajo, presentada al inicio, una campaña radial, partiendo de los resultados obtenidos.

3.3 Técnicas de Recolección

3.3.1 Encuesta.

La encuesta es una técnica de recolección propia de la investigación que será aplicada a un grupo considerable de personas que hacen parte de la población objeto de estudio. “utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y

analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características” (Fernando, García).

3.3.2 Instrumento de Recolección

3.3.3 Cuestionario -encuesta

La siguiente encuesta se realiza con fines académicos y busca conocer el uso y consumo de la emisora virtual “Estación V” en la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga.

- 1) ¿Conoce la emisora virtual “Estación V”?
 - a) Si b) No

- 2) ¿Con qué frecuencia escucha radio? (días a la semana)
 - a) 1 día
 - b) 2 días
 - c) 3 días
 - d) Todos los días

- 3) ¿Cuánto tiempo al día, considera que escucha la emisora “Estación V”?
 - a) Menos de 1 hora
 - b) 1 Hora
 - c) 2 Horas
 - d) 3 Horas

- e) 4 Horas
- 4) ¿Por lo general utiliza la radio para?
- a) Informarse
 - b) Entretenimiento (escuchar música, compañía)
 - c) Aprender
- 5) ¿Cómo se enteró de la emisora virtual “Estación V”?
- a) En la oficina
 - b) Un amigo
 - c) En internet
 - d) Otro ¿Cuál?
- 6) ¿Cuál es el programa que más recuerda haber escuchado en la emisora “Estación V”?
- a) Conectados
 - b) Informativo UPB
 - c) Fiesta Latina
 - d) Vive la U
 - e) Cultureando
 - f) Otro ¿Cuál? _____
- 7) ¿En qué horario escucha la emisora “Estación V”?
- a) 07 y 10 am
 - b) 12 y 02 pm
 - c) 02 y 07 pm

8) ¿Sigue a la emisora “Estación V” a través de alguna de sus cuentas en redes sociales?

a) SI__ ¿Cuál? _____

b) NO__

3.2.1 Universo

La población total de donde se extraerá la muestra que será analizada corresponde a un total aproximado de 420 estudiantes de comunicación social y periodismo.

3.2.2 Población

Para la aplicación de las Encuestas se determina a conveniencia aplicar 59 encuestas. La fórmula establece

Nivel de confianza 90%

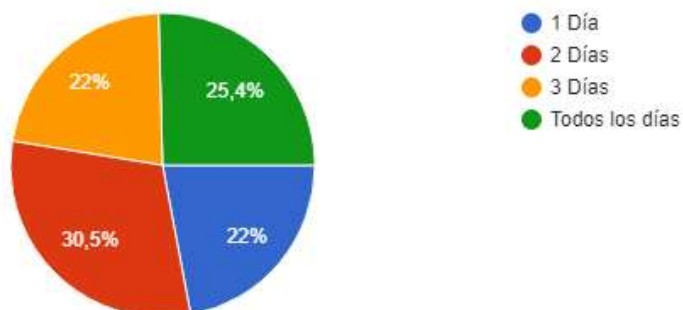
Margen de error: 10%

Tamaño de la muestra: 59

3.4 Gráficas y Análisis

¿Con qué frecuencia escucha radio? (días a la semana)

59 respuestas

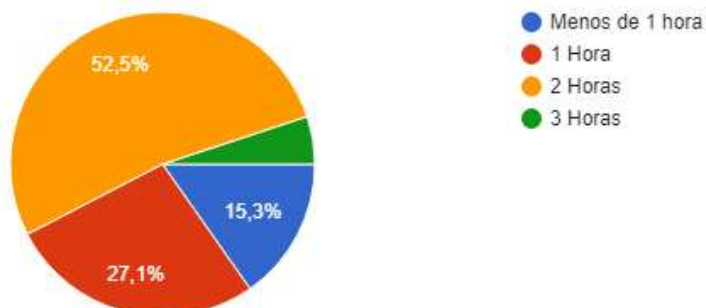


Gráfica 1.

En la recolección de información se buscó conocer el uso de la radio que realizan estudiantes de comunicación social y periodismo de la universidad. Según los datos se encuentra que un 25,4 % de la población encuestada consume radio todos los días. En esta pregunta no se especifica qué tipo de radio; se busca conocer su uso en general. A su vez se refleja que el total de los encuestados utilizan radio una vez al día y que es el mínimo porcentaje 22% el que corresponde a esta característica. Por otra parte el máximo porcentaje correspondiente al 30,5% se encuentra en un uso de 2 días. Si bien en un primer momento las emisoras de radio vieron en la Red un nuevo canal para ampliar su presencia y/o difundir la retransmisión en directo, enseguida comenzaron a experimentar con las posibilidades expresivas del medio digital, las fórmulas de distribución de contenidos sonoros y sus dispositivos tecnológicos (Alves, 2003; Martínez Costa, Moreno y Amoedo; 2012). Para la emisora es representativo que el total de los encuestados refiera un uso diario de un medio comunicativo radial.

¿Cuánto tiempo al día, considera que escucha radio?

59 respuestas

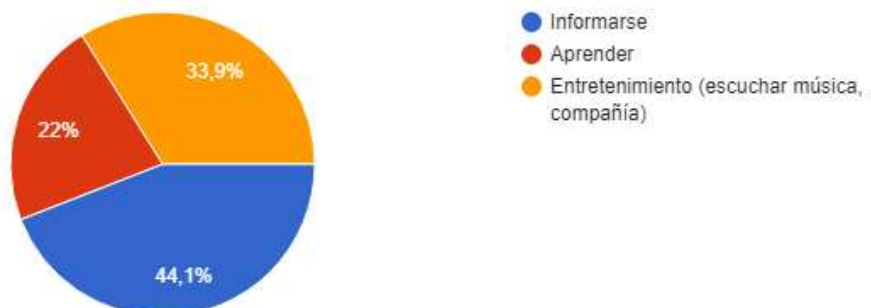


Gráfica 2.

Después de observar los resultados frente al uso del medio radial, pasamos a conocer qué tiempo le dedican, los encuestados, a realizar esta acción. Los datos establecen que el mínimo porcentaje, 5,1 %, de las respuestas estuvieron en la máxima duración de 3 horas por día. Ahora pasamos a la respuesta menos de 1 hora que equivale al 15,3%; es decir, los encuestados expresan que no frecuentan 3 horas la radio en el día y muy poco menos de una hora. El porcentaje correspondiente a un 52,5% respondió que utiliza la radio dos horas al día. Dentro de esta respuesta no se puede garantizar si las dos horas que manifiestan los encuestados, son continuas o si se divide en varios momentos durante el día.

Por lo general utiliza la radio para:

59 respuestas

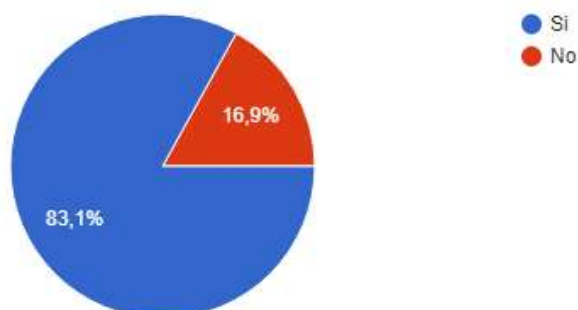


Gráfica 3.

Para conocer la utilidad de la radio para los encuestados, se estableció tres posibles opciones a las que “Estación V” como medio de comunicación puede cumplir. Entretener, Informar y Educar son funciones adscritas a los medios de comunicación y se buscó conocer qué tanto se utiliza la radio para estos fines por parte de los usuarios que respondieron. La respuesta con el porcentaje más bajo fue Aprender, con un 22%. La emisora cuenta con espacios de programas que desarrollan temáticas de tipo educativo, por el que esta función se puede cumplir desde el proyecto radial. En segundo lugar está la respuesta: Entretenimiento, que fue seleccionada por el 33,9% de los encuestados, lo cual demuestra una posibilidad para Estación V y su contenido musical y programas de Edu-entretenimiento. El porcentaje más alto lo obtuvo la opción Informarse; el 44,1% utiliza la radio para mantenerse informado. La emisora cuenta con contenido de carácter informativo disponible para este sector de posible audiencia.

¿Conoce la emisora virtual "Estación V"?

59 respuestas

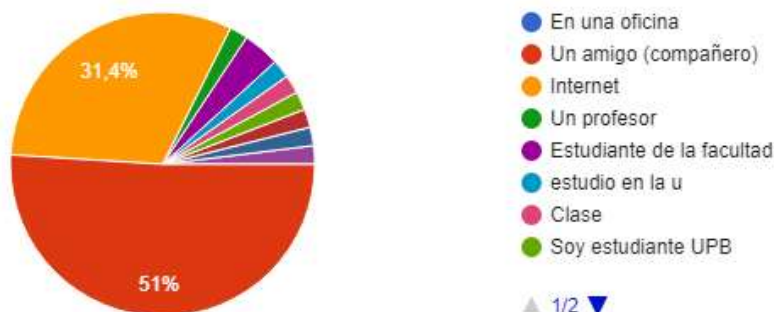


Gráfica 4.

La presencia en redes sociales por parte de la emisora se hace visible a través del número de sus seguidores y además de la interactividad que desarrollen estos con el contenido difundido. Pero su presencia también es de manera física. En esta oportunidad después de conocer sobre el uso y consumo de un medio de comunicación como lo es la radio; se indagó sobre el conocimiento que tienen las personas encuestadas sobre la existencia de Estación V. Del 100% de estudiantes encuestados el 83,1% respondió que Si conocía a la emisora, en el momento en que se aplicó el cuestionario. Esto anterior refleja el conocimiento de la existencia de la emisora por la mayoría de estudiantes, pero no en su totalidad. El 16,9% respondió que no la conocía.

¿Cómo se enteró de la emisora virtual "Estación V"?

51 respuestas



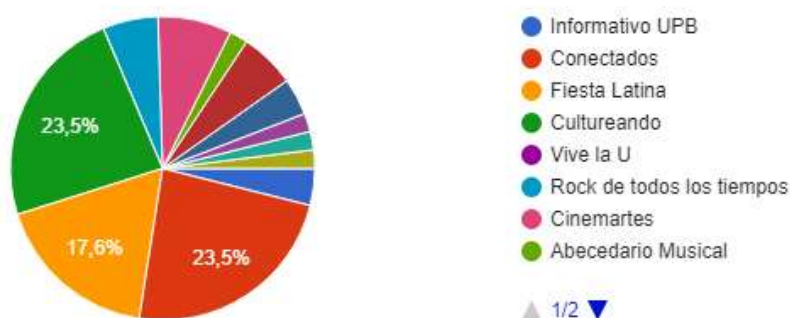
Gráfica 5.

Ya se ha establecido que el portal web y las redes sociales son principales medios de difusión de contenido para Estación V. Dentro del cuestionario aplicado a la muestra de estudiantes de comunicación social y periodismo, se preguntó sobre el medio o la manera que le permitió conocer a la emisora. Para establecer las opciones de respuesta se tuvo en cuenta los canales virtuales, pero también el contexto universitario en el que están inmersos distintos productores de la emisora. Estudiantes y docentes son canales de difusión de la emisora; ya sea por sus cuentas personales en redes sociales, por sus comentarios sobre el trabajo como productores con compañeros que están fuera del trabajo de la emisora y en otros casos.

Partiendo de lo anterior, encontramos que la respuesta seleccionada con mayor porcentaje fue: Un amigo, con el 51%. Aquí se refleja cuál ha sido un principal medio para dar a conocer a la emisora, no se indagó sobre la permanencia o frecuencia de uso después de conocerla. En segundo lugar estuvo, Internet como segunda respuesta con un 31,4%; demostrando el trabajo que se realiza desde los canales virtuales. El porcentaje restante del 17,5% conocieron a la emisora de otras maneras.

¿Cuál es el programa que más recuerda haber escuchado en la emisora "Estación V"?

51 respuestas

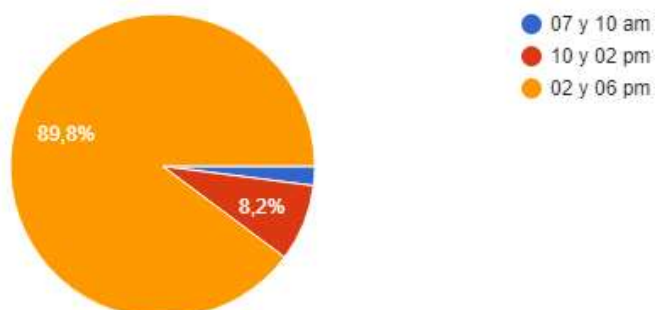


Gráfica 6.

En esta etapa del cuestionario han respondido el total de encuestados que conocen a Estación V en el momento en que les fue aplicado el cuestionario. Después de saber cómo conocieron a la emisora, interrogamos sobre el contenido que consume de la emisora. Se asignaron varias opciones de respuesta para esta pregunta. Cada opción lleva el nombre de un programa en específico y cada uno de diverso contenido. En estos resultados se obtuvo una igualdad entre dos programas con un porcentaje equivalente al 23,5%. Conectados es un programa muy dinámico en sus temáticas y Cultureando maneja una línea temática de contenido cultural. No se preguntó respecto a la frecuencia en el consumo de estos programas. Por último se señala con un 17,6% el programa Fiesta Latina que refiere a un contenido musical. Los programas, Conectados y Cultureando, son realizados en vivo por estudiantes y Fiesta Latina es dirigido por un docente; y pertenecen a la franja Prime Time (2:00 pm – 6:00pm) de la parrilla de programación de la emisora.

¿En qué horario escucha la emisora "Estación V"?

49 respuestas

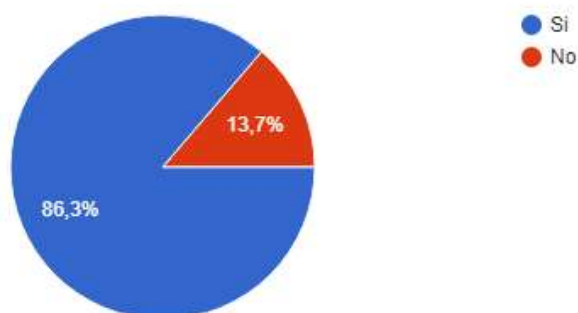


Gráfica 7.

Para profundizar en la recolección de información; se preguntó sobre el horario específico en el que escuchan Estación V. Cada opción de respuesta fue asignada a una jornada. Estación V se mantiene Al Aire cada semana en las fechas del calendario de la universidad, de lunes a viernes; y entre 7:00 am y 7:00 pm. En las respuestas obtenidas se encuentra que el 89,8% de los encuestados escuchan a la emisora entre 2:00 y 6:00 pm, es decir la franja Prime Time, la cual contiene los programas realizados en vivo por estudiantes, docentes y personal de oficina de la universidad. En las horas que están fuera de esta franja (7:00-10:00 am y 10:00-2:00 pm) el fuerte es la transmisión de programas musicales y pre grabados.

¿Sigue a la emisora “Estación V” a través de alguna de sus cuentas en redes sociales?

51 respuestas



Gráfica 8.

Desde el principio de este trabajo se expuso la presencia de la emisora en la web. Para esta pregunta indagamos sobre la vinculación del encuestado con los canales digitales de Estación V. El 13,7% respondió que no sigue a la emisora en alguna de sus cuentas en redes sociales, aunque si la conoce y la escucha, como lo ha dado a conocer en respuestas anteriores. El porcentaje mayor corresponde al 86,3% que sigue a Estación V a través de alguna red social. No se preguntó sobre redes sociales en específico. La frecuencia en la generación de contenido es similar en las redes sociales de la emisora y se encuentran vinculadas entre sí.

Conclusiones Diagnóstico

La emisora virtual Estación V cuenta con una ventaja para ampliar la difusión de su proyecto radial, debido a que cuenta con un público objetivo, estudiantes de comunicación social y periodismo, que diariamente refiere un uso de la radio; el mayor porcentaje 30,5% respondió que utiliza la radio 2 veces al día. Se establece que existe un consumo por el medio. Al igual el consumo es correspondiente a un 52,5% que utiliza la radio dos horas al día. Es un porcentaje que se puede ampliar en la medida que estas dos horas es posible se repitan durante los 5 días de la semana de transmisión. A partir del trabajo continuo de la emisora, tanto en la producción radiofónica como en su relación directa con el público existente, los actuales oyentes y los potenciales, siempre podrán encontrar un sitio para consumir radio y se muestra la probabilidad de aumentar las dos horas diarias.

A partir de las oportunidades que arrojan los resultados, se encuentra que es importante el trabajo que se desarrolla de manera presencial por el personal vinculado a la emisora. Aunque la mayor influencia o presencia se considera, está en las redes de la *web*, un 13,7 respondió que no sigue a la emisora en sus redes sociales. Esto comparado con el 16,9% que respondió no conocer a la emisora; refiere al trabajo de dos maneras de comunicarse con los públicos, una digital y una física. Esta segunda caracterizada para ser un canal eficiente para dar a conocer el trabajo de la emisora a estos potenciales oyentes, que se acercan a las instalaciones (cabinas).

En las respuestas obtenidas se encuentra que el mayor porcentaje, 44,1% utiliza la radio para informarse; y Estación V cuenta con espacios de programas de tipo informativo, pero en general sus programas, especialmente los programados en la franja *Prime Time*, contienen en su estructura un área informativa. Esto anterior representa posibilidades de fortalecer la relación con su público en la medida que esta ha expresado en un 89,8 que escucha la emisora entre 2:00 y 6:00 pm (*prime time*).

Partiendo de esta información recolectada y que ha sido expuesta anteriormente, se demuestra que es posible fortalecer el vínculo entre emisora y estudiante. Esto se propone realizarlo a partir de la difusión de contenido radiofónico que cuente al oyente qué es y qué hace la emisora. Buscando recordar la existencia de Estación V y a su vez, poder lograr que nuevas personas nos conozcan. En resumen se presentará el diseño de una campaña radial (*Brief*), como

parte de esta propuesta de comunicación, que se basa en contar la identidad de la emisora y su proyecto radial; la cual se deja a la dirección de la emisora quien decidirá si es posible llevarla a cabo por la emisora en un tiempo futuro.

4. Objetivo específico n°2

- Reconocer la función estratégica del coordinador de programación para generar contenido para las redes sociales y desarrollo de tareas operativas de la emisora virtual “Estación V” de la Facultad.

Coordinador de Programación

Desde el inicio de esta pasantía se establecieron las funciones que se desarrollan desde este cargo. Las tareas operativas señaladas, referencian el trabajo necesario para lograr mantener el funcionamiento de la emisora al aire durante las horas de transmisión asignadas, de 7:00 am a 6:00 pm. La hora de cierre de programación diaria puede variar a determinación del director o por solicitud de los productores que requieran un espacio más amplio para el programa radial a emitir.

Página web.

Durante la realización de esta pasantía se generó contenido para la página *web* de la emisora, www.estacionv.com. Semanalmente se realizaron publicaciones para dos secciones del sitio; una era administrada por el coordinador de programación y otro por el practicante de turno.

Tabla3. Publicaciones en web.

Página web www.estacionv.com	
Sección:	Informativo UPB
Publicaciones por semana:	1
Publicaciones total:	17

Realizado por: Diego Almeida H.

Ivoox

Ivoox es un portal web usado para el almacenamiento de audios de radio (*podcast*) y permite también compartirlos y descargarlos. Cada programa de radio emitido al aire es grabado durante su transmisión en vivo y convertido en archivo de audio en formato mp3. Cada archivo de formato mp3 es cargado a la página de *Ivoox*. Según la duración del audio su tiempo de carga será mayor o menor.

Tabla 4. Carga de programas en plataforma *Ivoox*

Día	Programas Subidos
Lunes	<ul style="list-style-type: none"> • Soy UPB • Abecedario Musical • Informativo UPB
Martes	<ul style="list-style-type: none"> • Informativo UPB • Aprendamos Derecho • Conectados
Miércoles	<ul style="list-style-type: none"> • Informativo UPB • Conectados • Cultureando • Rock de todos los tiempos
Jueves	<ul style="list-style-type: none"> • Informativo UPB • Conectados

	<ul style="list-style-type: none"> • Bienestar y Salud • Fiesta Latina
Viernes	<ul style="list-style-type: none"> • Informativo UPB • Conectados
Tiempo empleado:	8' promedio por programa
Tiempo semanal:	2 horas

Realizado por: Diego Almeida H.

Twitter

A continuación se presenta una tabla que refleja el flujo de contenido en *Twitter* durante 1 mes, compuesto por 4 semanas que fueron escogidas de manera aleatoria.

Tabla 5. Asignación de semanas para análisis documental.

Semana 1	Septiembre 4 al 10
Semana 2	Octubre 9 al 15
Semana 3	Enero 22 al 28
Semana 4	Febrero 12 al 18

Realizado por: Diego Almeida H.

Tabla 6. Publicaciones realizadas en Twitter.

Twitter @laEstacionVupb	
Número de días	28
Número de publicaciones	224

Interactividad		Multimedia		Hipertextualidad	
✓ Me gusta	25	✓ Textos	88	✓ Enlaces a otros cuentas	28
✓ Respuestas (Retweet)	18	✓ Imagen	136	✓ Enlaces a otros sitios Web	68

Realizado por: Diego Almeida H. <https://twitter.com/laEstacionVupb>

Facebook

Facebook también hace parte importante en el flujo de contenido virtual de la emisora: Entendida a la red social de Facebook como una de las redes actuales más utilizadas a nivel mundial. “Estación V” ha conformado una red de usuarios que consumen sus contenidos digitales y radiales. Partiendo de las ventajas de la red social Facebook, se ha utilizado como un espacio para que un medio alternativo y universitario pueda emitir sus contenidos propios, como nativo de la era digital e inmerso en relación directa con sus públicos.

Tabla 7. Registro de publicaciones en Facebook.

Fan page en Facebook @laEstacionVupb					
Número de días				28	
Número de publicaciones				172	
Interactividad		Multimedia		Hipertextualidad	
✓ Me gusta	11	✓ Textos	56	✓ Enlaces a otros cuentas	22
✓ Respuestas (Compartido)	9	✓ Imagen y video	116	✓ Enlaces a otros sitios Web	58

Realizado por: Diego Almeida H.

Instagram

En *Instagram*, red social en la que se encuentra “Estación V”, es utilizada para difundir contenido generado en su mayoría por la Dirección de la emisora. Desde la coordinación de programación se apoyó la publicación de 15 videos con motivo de la celebración del séptimo aniversario de la emisora que se llevó a cabo en el mes de Febrero. Los videos de felicitación por parte de los diferentes productores de “Estación V” fueron subidos a la red desde el 7 hasta el 16 de febrero.

Tabla 8. Publicaciones en Instagram

Instagram @laestacionvupb	
Número de días	9
Número de publicaciones	15
Número de reproducciones en promedio	177
Interacción total	10 (comentarios)

Realizado por: Diego Almeida H.

4.2 Dirección y Producción Radial

Durante la realización de esta pasantía se realizó desde el cargo de Coordinador de Programación la dirección y producción de los programa radiales que son fueron asignados desde la dirección de la emisora. De igual manera algunos programas de la emisora se comparten con la emisora Radio Católica Metropolitana. A continuación se encuentran la descripción del trabajo desarrollado.

Tabla 9. Realización “Informativo UPB”

Nombre:	“Informativo UPB”
Emisiones por semana:	10 (5 repeticiones)

Emisiones en RCM	5 por semana
Duración:	12' promedio
Descripción:	Registra e informa sobre acontecimientos y eventos de la universidad, en cualquier área.
Funciones:	<p>Dirección: cumplimiento de las emisiones diarias del informativo, su publicación en Ivoox y redes sociales, compartirlo con la comunidad universitaria.</p> <p>Reportería: cubrimiento de eventos institucionales dentro y fuera de la universidad para radio y apoyo al canal de UPB TV, búsqueda de fuentes, realizar entrevistas.</p> <p>Redacción: elaboración del contenido textual para el off del programa.</p> <p>Edición: seleccionar la información necesaria y de calidad sonora.</p> <p>Locución: (grabar voz en off)</p>
Tiempo empleado por programa:	2h promedio

Tiempo empleado por semana:	10h promedio
-----------------------------	--------------

Realizado por: Diego Almeida H.

Tabla 10. Guión radial “Informativo UPB”

#	Responsable	Indicación	t.p	t.t
1	Control	Cabezote	20”	20”
2	Locutor		16”	40”
3	Control	Cortina de titulares	2”	1’16”
4	Locutor		2”	1’18”
5	Control	pisada: la noticia del día en la upb	2”	1’31”
6	Locutor		15”	1’46”
7	Control		2”	6’32”
8	Locutor		4”	7’24”
9	Control	pisada: bloque de noticias	46”	9’
1	Locutor		4”	9’4”
1	Control	cortina: sección del día	30”	9’34”
1	Control	audio: sección del día	27”	10’10”

1	Control	glosa de cierre	14''	14'
---	---------	-----------------	------	-----

Realizado por: Dirección Estación V

Tabla 11. Realización de “Soy UPB”

Nombre:	“Soy UPB”
Emisiones por semana en Estación V:	1 (lunes 8:00 am)
Emisiones en Radio Católica Metropolitana	1 (martes 7:00 pm)
Duración:	25'
Descripción:	Radio revista semanal que narra el registro de los hechos más importantes de la universidad y del “Informativo UPB”. Presenta entrevistas realizadas a distintos miembros de la comunidad universitaria.
Funciones:	Dirección: cumplimiento de las emisiones semanales del programa, selección de invitados y compartir con Radio Católica Metropolitana y realización de la producción para el programa. Redacción: seleccionar las noticias más relevantes de la semana emitidas en el

	<p>informativo, definir preguntas para la entrevista.</p> <p>Reportería: coordinar fechas de grabación, realizar las entrevistas.</p> <p>Locución: grabar voz en off</p> <p>Edición: realizar el montaje completo del programa.</p>
Tiempo empleado por programa:	2:40' promedio
Tiempo empleado por semana:	2:40' promedio

Realizado por: Diego Almeida H.

Tabla 12. Guión radial para “Soy UPB”

#	Responsable	Indicación	T.P	T.T
1	<u>Control</u>	<u>cabezote</u>	30”	
1	<u>Control</u>	<u>cortina soy upb</u>		
1	Locutor			
1	<u>Control</u>	<u>Glosa titulares:</u>		

1	<u>Control</u>	<u>Cortina titulares</u>		
1	Locutor	Presenta tres titulares de la emisión		
2	<u>Control</u>	<u>Glosa:</u>		
2	<u>Control</u>	<u>Cortina soy upb</u>		
2	Locutor		9'	
2	Control	<u>Cabezote</u>		
2	<u>Control</u>		5'	
2	<u>Control</u>	<u>Glosa: perfiles bolivarianos</u>		
2	<u>Control</u>	<u>Cortina soy upb</u>		
2	Locutor		9'	
2	<u>Control</u>	<u>Cortina soy upb</u>		
2	<u>Control</u>	<u>Despedida</u>	30''	25'

Realizado por: Dirección. Estación V.

5. Objetivo específico n°3

- Diseñar una campaña promocional para ser aplicada de manera posterior a la culminación de este trabajo como pasantía, que permita la apropiación de la Estación V, entre los estudiantes de la facultad.

Diseño Campaña Radial

La presente campaña se enfoca en contribuir a la difusión de la identidad de la emisora y proyecto radial. A través de la producción de cuatro clips radiales vinculados a la web, se difundirá la información. Los datos obtenidos en las encuestas muestran la posibilidad de realizar esta campaña. Teniendo en cuenta que del 100% de estudiantes encuestados, el 83,1% respondió que Si conocía a la emisora y que el 16,9% respondió que no la conocía; existe un rango de estudiantes a los cuales es posible recordarles el que hacer de la emisora y a los cuales llegar por primera vez para darles a conocer la emisora. Los audios serán transmitidos en los espacios comerciales de la programación de la emisora y estarán enlazados desde un código QR que se ubicará en las dos cabinas de la emisora.

Los productos de audio se emitirán durante los días seleccionados, con la intención de ampliar las posibilidades para que estos audios sean escuchados por un mayor número de personas, a partir del momento en que se decida iniciar la emisión de estos audios al aire. Se utilizarán dos meses para promover la campaña. Durante estas ocho semanas los productos serán reproducidos en distintos horarios que se acomoden a la parrilla de programación del momento. Se recomienda que cada cápsula se repite dos veces o tres veces, como máximo, por día y preferiblemente que las cápsulas no suenen dentro de la misma hora de programación radial.

Objetivo

Promover a la emisora en la búsqueda de nuevos seguidores en las redes sociales y vincular más estudiantes al proyecto radial.

Público

Esta campaña está dirigida a estudiantes de la Facultad Comunicación Social y Periodismo en la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga. Se aproxima a un total de 420 estudiantes. Es un público que interactúa con “Estación V” por medio de redes sociales y la participación de estudiantes como productores; como lo señala el número de seguidores en las cuentas virtuales, en *Twitter* se cuenta con 2884 seguidores y en *Facebook* registra 1207 seguidores; y el número aproximado de 30 productores activos en las transmisiones en vivo. A su vez se identifica la necesidad de una pieza o producto no digital que permita la difusión del contenido de la campaña de manera física. Esto anterior parte del 13,7% que no sigue a la emisora en alguna de sus cuentas en redes sociales, aunque si la conoce y la escucha, según los datos obtenidos. Este contenido va enfocado en contar que es la emisora, su identidad como organización: misión, visión, valores y aspectos del proyecto universitario.

Producción

- Se considera que el Centro de Producción Sonora estará a cargo de realizar el proceso montaje y edición de los productos de audio. Al igual se requiere el uso de la voz oficial de la emisora. Todo lo anteriormente planteado queda sujeto a los ajustes y cambios que se consideren necesarios por parte del director de la emisora, en el caso que se decida implementarla.

- Para cada capsula se diseñará una imagen relacionada al mensaje o se tomará una fotografía a gusto que acompañe la primera publicación de cada cápsula en podcast desde el canal en Ivoox de la emisora; y vinculada al audio en las redes sociales.
- Realizar una fotografía semanal de un grupo de productores de diferentes programas durante 8 semanas; deben ser publicadas en el horario Prime Time de “Estación V”. Las fotografías sirven como motivo para invitar y convocar a productores para que se conozcan y se relacionen de manera más cercana. Se debe organizar la invitación a los diferentes a productores para lograr que al menos el 90% de ellos participe en las fotografías. Cada publicación debe describir el sentido de la campaña que se realiza. A su vez estas fotografías serían publicadas en las redes sociales de la siguiente manera y por semanas.

Tabla 13. Asignación para publicación de fotografías

Red Social	N° Fotografía
<i>Facebook</i>	Semana #1 Semana #4 Semana #7
<i>Twitter</i>	Semana #2 Semana #5 Semana#8
<i>Instagram</i>	Semana #3 Semana #6

Se presenta el texto para ser grabado por las voces designadas por la dirección en el caso de realizar la campaña propuesta.

Tabla 14. Guion Literario

Nº Cápsula	Audio	Texto	Duración
1	Misión	<p>¿Qué encuentras en Estación V?</p> <p>Somos una pluralidad en contenidos; con una gran participación de nuestros estudiantes.</p> <p>Somos la posibilidad de un espacio alternativo a disposición de la comunicación y de la cultura.</p> <p>Estación V, una emisora con una mirada universal.</p>	58''
2	Visión	<p>Día a día trabajamos por una amplia programación.</p> <p>Apostamos a las posibilidades de explorar en varios formatos y géneros radiales; enfocados en crecer como emisora virtual y universitaria.</p> <p>Buscamos contribuir a la formación de futuros profesionales de la comunicación.</p> <p>Conoce nuestro trabajo en www.estacionv.com</p>	55''
3	Valores	<p>Nuestros programas son de diverso contenido. Como emisora siempre estamos en función de: la Justicia.</p> <p>Nos identificamos con la equidad; y con la creatividad en cada proceso realizado.</p>	39''

		<p>Con ética aportamos en el desarrollo profesional de nuestros estudiantes.</p> <p>¡Estación V, dale clic a tu radio!</p>	
4	Proyecto radial	<p>¡Hola!</p> <p>Somos Estación V y desde la UPB desarrollamos un trabajo radial en grupo. Contamos con un amplio recurso humano, nuestros estudiantes.</p> <p>¿Tienes alguna idea por compartir? Cuéntala a través de nuestros micrófonos. Estamos en Facebook y Twitter: @estacionvupb</p>	44''
5	Proyecto radial	<p>Educar, entretener e informar, es posible mediante los diversos géneros en los que navega nuestra parrilla de programación. Dale clic a Estación V y conoce el mundo mágico de la radio; donde la creatividad está inmersa en cada producto radiofónico. Participa y exprésate al mundo con Estación V. puedes buscar nuestro canal de podcast en Ivoox.</p>	50''

Realizado por: Diego Almeida H.

Tabla 15. Guion técnico para cápsula N°1

Cápsula 1			
	Control	Contenido	T.P
PP	1.Cortina musical Instrumental		5''

2p	1.Cortina musical Instrumental	PP	¿Qué encuentras en Estación V?	8''
PP	1.Transición			2''
2p	1.Cortina musical Instrumental	PP	Somos pluralidad en contenidos; con una gran participación de nuestros estudiantes.	9''
PP	1.Cortina musical Instrumental			3''
2p	1.Cortina musical Instrumental	PP	Somos la posibilidad de un espacio alternativo a disposición de la comunicación y de la cultura.	12''
PP	1.Cortina musical Instrumental			4''
2p	1.Cortina musical Instrumental	PP	Conoce la emisora con una mirada universal, Estación V.	3''
PP	Identificación emisora			12''
T.T				58''

Realizado por: Diego Almeida H.

Tabla 16. Guion técnico para cápsula N°2

Cápsula N°2					
	Control		Contenido		Tiempo
PP	2.Cortina musical Instrumental				4''
3p	2.Cortina musical Instrumental		2p	Efecto/Transición	3''
2p	2. Cortina musical Instrumental		PP	Día a día trabajamos por una amplia programación.	8''
PP	2.Efecto/Transición				2''
2p	2.Cortina musical Instrumental		PP	Apostamos a las posibilidades de explorar en varios formatos y géneros	9''

			radiales; enfocados en crecer como emisora virtual y universitaria.	
PP	3.Efecto/Transición (Estación V)			4''
2p	2.Cortina musical Instrumental	PP	Buscamos contribuir a la formación de futuros profesionales de la comunicación.	7''
PP	2.Cortina musical Instrumental			3''
2p	2.Cortina musical Instrumental	PP	Conéctate con nuestro trabajo en www.estacionv.com	3''
PP	Identificación emisora			12''
Tiempo Total				55''

Realizado por: Diego Almeida H.

Tabla 17. Guion literario para cápsula N°3

Cápsula N°3				
	Control		Contenido	Tiempo
PP	3.Cortina musical (Rock)			4''
2p	3.Cortina musical (Rock)	PP	Tenemos una amplia programación y como emisora siempre estamos en función de: la Justicia.	6''
PP	4.Efecto/Transición			2''
2p	3.Cortina musical (Rock)	PP	Nos identificamos con la equidad; y con la creatividad en cada proceso realizado.	9''
PP	3.Cortina musical (Rock)			2''

2p	3.Cortina musical (Rock)	PP	Con ética aportamos en el desarrollo profesional de nuestros estudiantes.	7''
PP	3.Cortina musical (Rock)			2''
2p	1.Cortina musical (Rock)	PP	¡Estación V, dale clic a tu radio!	7''
Tiempo Total				39''

Realizado por: Diego Almeida H.

Tabla 18. Guion literario para cápsula N°4

Cápsula N°4				
	Control		Contenido (voces de productores)	Tiempo
2p	4.Cortina musical	PP	¡Hola!	4''
PP	4.Cortina musical			3''
2p	4.Cortina musical	PP	Somos Estación V y desde la UPB desarrollamos un trabajo radial en grupo y contamos con un amplio recurso humano; nuestros estudiantes.	12'
PP	5.Efecto/Transición	3p	Cortina musical	3''

2p	4.Cortina musical	PP	¿Tienes alguna idea por compartir?	4''
PP	4.Cortina musical			2''
2p	4.Cortina musical	PP	Cuéntala a través de nuestros micrófonos. Crea tu propio espacio radial y compártelo en Facebook y Twitter.	12''
PP	4. Cortina musical			4''
Tiempo Total				44''

Realizado por: Diego Almeida H.

Tabla 19. Guión literario para cápsula N°5

Cápsula N°5				
	Control		Contenido (voces de productores)	Tiempo
PP	5.Cortina musical			4''
2P	5.Cortina musical	PP	Educar, entretener e informar, es posible mediante los diversos géneros en los que navega nuestra parrilla de programación. Dale clic a Estación V y conoce el mundo mágico de la radio; donde la creatividad	17''

			está inmersa en cada producto radiofónico.	
PP	5.Cortina musical			4''
PP	6.Efecto/Transición			3''
2P	5.Cortina musical	PP	Participa y exprésate al mundo con Estación V. Puedes buscar nuestro canal de podcast en Ivoox.	11''
PP	5.Cortina musical	PP		3''
2p	5.Cortina musical	PP	¡Somos Estación V!	5''
PP	5.Cortina musical			3''
Tiempo Total				50''

Realizado por: Diego Almeida H.

6. Conclusiones

Estación V cuenta con una parrilla de programación que incluye contenido musical, informativo, cultural, tecnológico, ambiental, social, ambiental, entra otros. Esta variedad de contenido cumple con el proyecto radial universitario y pluralista que se plantea desde la identidad como organización. Con alrededor de 32 programas, independientes entre sí, se compone la participación y el trabajo de aproximadamente 60 productores vinculados con el medio.

Se demostró de igual manera la importancia de participar en visibilizar la imagen de la universidad; a través del apoyo en la difusión de información institucional. Es posible ser un canal de comunicación que vincule a nuevas personas con la emisora y con la institución. Durante el desarrollo de este trabajo en la coordinación de programación se logró trabajar junto al departamento de comunicaciones de la universidad. Replicar información y a su vez utilizar información institucional como fuente de contenido, teniendo en cuenta al personal administrativo de la institución que escucha y puede llegar a conocer la emisora. Por tanto se propone el diseño de una campaña que permita fortalecer el vínculo entre los actuales productores de la emisora y mostrar a más estudiantes el proyecto de Estación V.

Se ve reflejado en la realización de este trabajo, que la relación con los públicos de la emisora se construye a partir del trabajo que se realiza en los planos físicos y virtuales. Los estudiantes que son un público objetivo para el proyecto universitario de Estación V, se convierten a su vez en parte del personal de trabajo. Estos productores son canales de comunicación para nuevos oyentes, nuevos compañeros de trabajo. El 51% de los encuestados conoció a la emisora a través de un amigo o compañero de estudio. De esta manera crece el número de personas que conocen a la emisora.

7. Recomendaciones

A partir de lo observado en la realización de esta propuesta de trabajo se observó que es necesario continuar con la calidad humana con la que cuenta la emisora. Desde la dirección, el centro de producción sonora, el coordinador de programación se logra encontrar un ambiente laboral muy agradable. No se debe perder la esencia y la riqueza del recurso humano.

También es viable la utilización de las redes para la publicación de momentos que se viven en la emisora tanto en la producción como pre producción de audio; sería a través de publicaciones con una vigencia de 24 horas, que muestren algunos espacios desde el centro de producción sonora y de la cabina para emisiones en vivo.

Continuar con el proyecto radial es una importante tarea en la que se debe desfallecer. La emisora debe continuar y velar por sembrar semillas en los estudiantes de primeros semestres para que se vinculen al medio y siempre haya la posibilidad para más participantes de esta propuesta.

Mantener siempre abierta la puerta a la reingeniería en los programas que se producen, como se ha visto hasta ahora. Continuar facilitando las herramientas para que se permita evolucionar y crear nuevas propuestas en la emisora; no solo desde la producción de audio, también de su actividad en internet.

8. Bibliografía

BBC News Mundo. (2018). Radio.Garden, la página web con la que puedes escuchar miles de radios de todo el mundo. [En línea] Disponible en: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-38677849> [Acceso 27 Nov. 2017].

Bing.com. (n.d.). La importancia de las Redes sociales en el ámbito educativo. [En línea]

Disponible:

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/18296/Documento_completo_.pdf?sequence=1

[Acceso 29 Nov. 2017].

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. and Donado Campos, J. (s.f.). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). [En

línea] ScienceDirect. Disponible en: [https://ac.els-cdn.com/S0212656703707288/1-s2.0-S0212656703707288-main.pdf?_tid=11a0c56d-6fd7-4320-8025-](https://ac.els-cdn.com/S0212656703707288/1-s2.0-S0212656703707288-main.pdf?_tid=11a0c56d-6fd7-4320-8025-0c89d4af3632&acdnat=1529423801_fc9dbcccad44ab13f72583d6fd2c1d7d)

[0c89d4af3632&acdnat=1529423801_fc9dbcccad44ab13f72583d6fd2c1d7d](https://ac.els-cdn.com/S0212656703707288-main.pdf?_tid=11a0c56d-6fd7-4320-8025-0c89d4af3632&acdnat=1529423801_fc9dbcccad44ab13f72583d6fd2c1d7d) [Acceso 19 Sep.

2017].

2017].

Castells, Manuel. La Era de la Información. La Sociedad Red. Editorial Alianza. 2005. VOL 1.

Estación V. (2018). Acerca de la emisora. [En línea] Disponible en: <http://estacionv.com/emisora>

[Acceso 25 Agosto. 2017].

Guzman Duque, A., MORAL PÉREZ, E. and González-Ladrón-de-Guevara, F. (2018). Uso de Twitter en las universidades iberoamericanas. [En línea] Riunet.upv.es. Disponible en:

<https://riunet.upv.es/handle/10251/58494> [Acceso 17 Nov. 2017].

Iglesias Mar, GONZÁLEZ Díaz. Carlos El uso de Facebook como herramienta para la interacción en el proceso de enseñanza-aprendizaje Departamento de Comunicación y Psicología Social Universidad de Alicante. España. [En línea] disponible en:

<http://web.ua.es/es/ice/jornadas-redes/documentos/2013-comunicaciones-orales/335221.pdf>

[Acceso 9 Nov. 2017].

Toledo, D. (2014). Formatos breves: micros y cápsulas radiofónicas. [En línea]

Radiodatos.blogspot.com. Disponible en: <http://radiodatos.blogspot.com/2014/05/formatos-breves-micros-y-capsulas.html> [Acceso 6 Oct. 2017].

Twitter.com. (2011). Estación V (@laEstacionVupb) en Twitter. [En línea] Disponible en:

<https://twitter.com/laEstacionVupb> [Acceso 10 Oct. 2017].

Anexos

1. Publicaciones en la página Web



DE REGRESO A LA UPB

Martes 23 de Enero de 2018



Inició el primer semestre académico en la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga.

El primer semestre académico 2018 comenzó el pasado lunes 22 de enero y cuenta con alrededor de 700 nuevos estudiantes que hacen parte de la familia UPB Bucaramanga. Durante los pasados 18 y 19, estos estudiantes vivieron la jornada de inducción a la vida universitaria, liderada por los profesionales del Departamento de Bienestar Universitario, con el objetivo de dar la bienvenida al estudiante en su primer contacto con la institución antes de iniciar las clases. A su vez, el día viernes, los padres de familia participaron de esta jornada a través de una eucaristía, celebrada por el padre rector de la institución, Pbro. Gustavo Méndez Paredes.

Para este 2018 la universidad ha ampliado su personal docente y cuenta con una infraestructura adecuada para ser la segunda casa de los estudiantes UPB, quienes han escogido este claustro universitario para realizar sus estudios de formación profesional. A su vez la institución camina en su tarea de alta acreditación multi-campus para consolidarse a nivel nacional e internacional.

Por otra parte, existe una amplia oferta de 23 grupos de investigación que dan soporte al trabajo académico, además de los diversos espacios y grupos tanto culturales como deportivos. De esta manera la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga, abre el presente año 2018 para continuar brindando formación con excelencia humana y que aporte a una transformación social y humana.

UPB BUCARAMANGA LIBROA ESTACION Y PARTICIPA COMO PRODUCTOR ESCUCHAR CONTACTO

CONCURSO DE LA BVC

Jueves 23 de Noviembre de 2017



El Concurso Bolsa Milonaria promovido por la Bolsa de Valores de Colombia, BVC, entregó su premio de nivel regional a Juan Sebastián Colmenares Gómez, quien se encuentra en sexto semestre de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

Más de 12.000 participantes hicieron parte de este concurso que se realiza hace 16 años y que premia con un reconocimiento monetario y educativo el esfuerzo de estudiantes de colegios y universidades que participan. Este concurso es una experiencia enriquecedora. "El concurso de la bolsa milonaria es un mecanismo para enseñar el comportamiento del mercado y así, nosotros, poder hacer portafolios para obtener una mejor rentabilidad" señaló el estudiante UPB Juan Sebastián Colmenares.

La UPB Bucaramanga ocupó el primer lugar de la zona oriente del país, con la mejor rentabilidad obtenida por todas las universidades participantes. Este tipo de espacios permiten a los estudiantes afianzar conocimientos y a su vez la UPB reafirma la calidad de sus procesos formativos a través de la participación de sus estudiantes en este tipo de espacios que les permite llevar a la vida práctica sus conocimientos académicos.

El pasado 17 de noviembre se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá la entrega del primer premio a nivel nacional, evento al cual el estudiante Juan Sebastián Colmenares estuvo invitado.

Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

UPB BUCARAMANGA LIBROA ESTACION Y PARTICIPA COMO PRODUCTOR ESCUCHAR CONTACTO

PREMIO SIMÓN BOLÍVAR PARA LA UPB

Miércoles 15 de Noviembre de 2017



Estudiante egresado de la UPB Bucaramanga recibe el galardón Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar.

La UPB demuestra su alto nivel académico con el reconocimiento que ha recibido el estudiante egresado de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo UPB Bucaramanga, Juan Carlos Cho O, al ser ganador del Premio Nacional Simón Bolívar 2017 en la categoría Periodismo Investigativo en Prensa. Este logro lo obtuvo junto de la abogada y periodista Diana Saray Grisold. El premio les fue otorgado gracias al trabajo investigativo que realizaron bajo el título: "Una alcaidía al servicio de una iglesia", el cual fue publicado el 10 de junio del 2016 en el medio impreso Vanguardia Liberal.

Este trabajo evidencia el esfuerzo y la dedicación con la que han logrado alcanzar este mérito. Para Juan Carlos Cho O es vital invertir tiempo para desarrollar trabajos de periodismo investigativo. "Cada vez es más difícil sentirse a hacer periodismo investigativo, porque el periodismo investigativo lo que necesita es sentirse y reposar y defenderse durante un mes, dos meses, tres meses a mirar un tema determinado, eso es algo que en el periodismo actual se está perdiendo más. Para poder hacer eso, una de las cosas más importantes es el apoyo del medio", aseguró Juan Carlos Cho O estudiante egresado UPB Bucaramanga.

El comunicador social UPB Juan Carlos Cho O hizo parte de la promoción del año 2008 y desde sus inicios en la carrera periodística estuvo vinculado a la Casa Editorial Galvis Ramírez CIA. Para el año 2010 cambió a Vanguardia Liberal donde ejerció la labor como periodista en las secciones Bucaramanga, Política, Judicial y Reporte. De esta manera se vivió la proyección de los

Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

2. Registro fotográfico transmisiones en vivo.





