



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SOMOSRADIO.NET

**Diseño y desarrollo de una Radio Web hecha para estudiantes de Comunicación
Social de las diferentes escuelas del país**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Licenciado en Comunicación Social

Autora:

Br. Luisana Fuentes, C.I. 16.379.799

Tutor: Alejandro Terenzani

Caracas, Noviembre 2013



ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UCV

Fundada el 24 de Octubre de 1946

CONSTANCIA DE LA CALIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quien suscribe, profesor Miguel Ángel Latouche R., Director de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, hace constar que la ciudadana **LUISANA FUENTES O.**, portadora de la Cédula de Identidad N° **16.379.799**, presentó y aprobó su trabajo de Licenciatura con la calificación **APROBADO SOBRESALIENTE MENCIÓN DIFUSIÓN**, tal como consta en el Acta firmada por el Jurado; integrado por los profesores: **Alejandro Terenzani, (Tutor), Adriana Carmona y Jesús Berenguer.**

Constancia que se expide en Caracas, a los 13 días del mes de noviembre de 2013.


Prof. Miguel Angel Latouche R.
Director.

MALR/cmg.

Hacia el 50° Aniversario del Aula Magna de la UCV.
Universidad Central de Venezuela – Facultad de Humanidades y Educación
Caracas 1040 – Teléfonos 605-29-64 – Telefax: 605-28-47

“CIUDAD UNIVERSITARIA DE CARACAS – PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD”

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Biblioteca Gustavo Leal

FECHA DE ENTREGA: 26/03/2014

**AUTORIZACIÓN PARA LA DIFUSIÓN ELECTRONICA DE LOS TRABAJOS
DE GRADO Y/O TRABAJOS DE ASCENSO DE LA ESCUELA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL UCV.**

Yo, (nosotros) Luisana Fuentes Otero, autor(es) del trabajo:
SOMOSRADIO.NET Diseño y desarrollo de una Radio Web hecha para
estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas del país.

Presentado para optar: Al título de Licenciado en Comunicación Social.

A través de este medio autorizo a la Escuela de Comunicación Social de la UCV,
para que difunda y publique la versión electrónica de este trabajo de grado, a
través de los servicios de información que ofrece la Biblioteca Gustavo Leal de la
Institución, solo con fines de docencia e investigación, de acuerdo a lo previsto
en la Ley sobre Derecho de Autor, Artículo 18, 23 y 42 (Gaceta Oficial N° 4.638
Extraordinaria, 01-10-1993).

<input checked="" type="checkbox"/>	Si autorizo
<input type="checkbox"/>	Autorizo después de 1 año
<input type="checkbox"/>	No autorizo

Firma(s) autor (es)



C.I N° 16379799.

e-mail: fuentes_luisana@hotmail.com

En Caracas, a los 26 días del mes de Marzo de 2014

Nota: En caso de no autorizar: La Escuela de Comunicación Social publicará en sus portales la referencia bibliográfica, tabla de contenido (índice) y un resumen descriptivo elaborado por la Biblioteca Gustavo Leal, sus palabras claves y se indicará que el autor decidió no autorizar el acceso al documento a texto completo.

La cesión de derechos de difusión electrónica, no es cesión de los derechos de autor, porque este es intransferible.

Título del Producto o Propuesta: SOMOSRADIO.NET Diseño y desarrollo de una Radio Web hecha para estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas del país.

Este trabajo de grado tiene como objetivo la creación de una Radio Web hecha para estudiantes de las diferentes escuelas de Comunicación Social del país, que sirva de herramienta para la práctica, interacción, participación y desarrollo de la comunidad estudiantil.

SomosRadio.net es un medio que amplía y complementa la formación académica de los estudiantes de Comunicación Social, un espacio donde poner en práctica las aptitudes en cuanto a producción, locución, edición y montaje de contenido radiofónico a través de herramientas Web 2.0.

Palabras claves:

Internet, Radio Web, Estudiantes de Comunicación Social, Interactividad, Contenido Radiofónico Digital.

The main goal of this work is to create an internet radio streaming station made for students from different Social Communication schools around the country, to serve as a tool for practice, interaction, participation and development for the student community.

SomosRadio.net is an outlet that extends and complements the academic training of Social Communication students as place to implement the skills in production, voiceover, editing and assembling radio content through the use of Web 2.0 tools.

Keywords:

Internet, Web Radio, Social Communication students, interactivity, digital radio content.

SomosRadio.Net

DEDICATORIA

SomosRadio.Net

A mi padre, quien en vida fuera mi mayor modelo a seguir y por quien surgió desde muy pequeña, un gran amor hacia la UCV.

“El día de tu grado, se escucharán aplausos orgullosos desde el cielo que harán eco en cada rincón del Aula Magna.”

A mi madre, que con su inagotable amor y fortaleza me enseñó a no rendirme jamás.

AGRADECIMIENTOS

A Dios.

A mi madre por decirme: “yo creo en ti”

A la Universidad Central de Venezuela, a quien siempre llevaré con amor y orgullo en mi corazón.

A mis profesores, por cada valor y enseñanza en las aulas de clases.

A Alejandro Terenzani, por ser la voz de mi conciencia, mi amigo, tutor y excelente maestro.

A Johnny Fajardo, por animarme y darme ese “empujoncito” necesario. Por todo su apoyo y colaboración en diseño y programación.

A mi profesor Manuel Artahona, por la calidad en sus clases de Radio.

A mi tía Eleonora Bruzual, quien sin saberlo ha sido una gran motivación.

A Emanuel, por creer en mi y ofrecerme su apoyo incondicional.

A mi hermano Alejandro y Vanessa, por tanta ayuda a pesar de los trasnochos

A los estudiantes de Comunicación Social.

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I.....	12
El Proyecto	12
Planteamiento del problema	12
Objetivos	15
Objetivo General:	15
Objetivos Específicos:	15
Justificación.....	16
CAPÍTULO II.....	18
Marco Teórico	18
1. Radio	19
1.1 La Radio como medio de Comunicación	19
1.2 Radio de Amplitud Modulada (AM) y Frecuencia Modulada (FM).....	20
1.3 Características de la radio como medio de comunicación.....	25
2. Radio por Internet: ¿La evolución de La Radio?	31
¿Qué es Radio por Internet?	37
Esquema general de una Radio por Internet.....	40
Historia de la Radio por Internet	43
3. Internet como plataforma multifuncional	49
La Web 2.0	51
Diseño Web	54
Posicionamiento en buscadores (SEO)	56
4. Escuelas de Comunicación Social en Venezuela y su presencia en la Web	58
5. Estudiantes de Comunicación Social	65
CAPÍTULO III	68
Marco Metodológico.....	68

Tipo y diseño de la investigación	69
Técnica de recolección de datos	71
Población y Muestra	74
Análisis de los resultados	76
CAPÍTULO IV	80
SomosRadio.Net	80
La Propuesta	81
¿Qué es SomosRadio.Net?	81
Objetivos de SomosRadio.Net.....	82
Misión y Visión	83
¿A quién va dirigida la emisora?	84
Equipo de trabajo.....	84
Composición de SomosRadio.net.....	85
Estructura Programática	87
Secciones de SomosRadio.net.....	91
Diseño de SomosRadio.Net.....	96
Implementación de la Propuesta.....	110
Resumen de SomosRadio.net	114
CONCLUSIONES	115
BIBLIOGRAFÍA	119
REFERENCIAS FUENTES IMPRESAS	119
REFERENCIAS FUENTES ELECTRÓNICAS	121
REFERENCIAS TRABAJOS DE GRADO.....	125
ANEXOS.....	126

INTRODUCCIÓN

Internet ha sido uno de los inventos más significativos y revolucionarios del siglo XX para el mundo de la informática y las comunicaciones, logrando un impacto profundo a nivel laboral, social, de forma colectiva e individual alrededor del planeta. Siendo ésta una era en donde los avances tecnológicos nos amplían de forma sustancial las posibilidades de comunicación e interacción, Internet se convierte en el medio por excelencia para mantenernos informados, entretenidos y conectados sin importar barreras geográficas.

Con el nacimiento de cada nueva tecnología que afecte o modifique los medios de comunicación, se ha tenido la creencia de que los medios convencionales serán suplantados y eventualmente llevados al olvido. Así fue el caso con la llegada de la Televisión. Se esperaba que la Radio pasara a ser un medio obsoleto. Sin embargo, la Radio cuenta con un conjunto de características propias que la diferencian de otros medios convencionales y le otorgan un gran nivel de permanencia.

Probablemente las tres características más distintivas e influyentes en el desarrollo de este medio son la inmediatez, la capacidad de interacción y el uso de la comunicación oral, creando un efecto íntimo e individual en cada uno de sus oyentes, por lo que la Radio es, sin duda, un medio altamente sugestivo. A diferencia de La Televisión, La Radio no cuenta con el uso de imágenes que muestren o enseñen la noticia ofrecida por el emisor. Por su parte, la Radio tiene la habilidad de crear una interpretación variada conforme la recrean de forma individual cada uno de los usuarios del medio.

Como todos los demás medios, la Radio tiene características a favor y en contra. Una de sus principales limitantes se basa en el alcance geográfico. Las emisoras de radio tienen una repercusión limitada por lo que su contenido y programación sólo puede ser escuchada por un sector de la comunidad.

En la actualidad, la Radio de frecuencia modulada (FM) y amplitud modulada (AM) encuentra altamente saturado el espectro radioeléctrico lo que reduce las oportunidades para licitar nuevas frecuencias. Esto ha impulsado a los comunicadores sociales y productores radiofónicos a adentrarse en la búsqueda de nuevas alternativas para hacer radio.

Internet, también conocida como la “Súper autopista de la información” ofrece la posibilidad de una difusión a nivel mundial, un mecanismo inmediato de propagación de la información y un medio para la eficaz interacción independientemente de la localización de sus usuarios.

La implementación de un nuevo medio alternativo como es la Radio por Internet, permite crear un espacio de comunicación que amplía la cobertura acorde aumenta el número de internautas y la accesibilidad a la red, ofrece un nuevo formato radial que, no obstante, conserva similitud entre códigos y lenguaje radiofónico convencional, a la vez que busca generar contenidos que se adapten al mundo 2.0. Aunado a esto, la transmisión de una radio digital no requiere licitación de espectro por lo que su montaje es más accesible y de menor costo.

La Radio por Internet posee otra característica que la convierte en un medio comunicacional altamente llamativo para los productores radiofónicos, y es que en contraste con la radio convencional, la radio digital rompe con una de las limitaciones significativas del medio tradicional como lo es el uso del audio como único recurso. Gracias a las herramientas que nos ofrece la Web 2.0, todo contenido que se transmite a través de una radio digital, puede estar soportado por el uso de imágenes, videos, e incluso puede ser almacenado en archivos virtuales para quien no haya escuchado la programación en tiempo real.

Desde el punto de vista académico, la creación de una radio por internet con todas las ventajas antes mencionadas permite la práctica radiofónica flexible e interactiva, con grandes alcances a nivel de audiencia y con la oportunidad de generar contenidos autónomos, haciendo uso de la creatividad y demás habilidades de sus responsables, convirtiéndose en un espacio para el desarrollo y fortalecimiento de los conocimientos adquiridos en materia de radiodifusión.

En base a lo anteriormente señalado es que se construye el presente trabajo de grado: **SomosRadio.net Diseño y desarrollo de una Radio Web hecha para estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas del país.** El mismo está enmarcado bajo el concepto de proyecto factible y está dividido en cuatro capítulos: en el primer capítulo abordaremos los aspectos que involucran el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación. En el segundo capítulo desarrollaremos la investigación teórica que ha sido necesaria a fin de la realización exitosa del presente trabajo, en este aspecto definiremos: Radio convencional y Radio Web, escuelas de comunicación social y el Internet; en el tercer capítulo expondremos la metodología implementada durante la realización de esta propuesta a través de la cual se hace viable la creación de la radio Web y un cuarto capítulo donde daremos a conocer SomosRadio.net, su diseño, estructura, montaje y futuro funcionamiento.

SomosRadio.net se concibe como un laboratorio de aprendizaje para los estudiantes de Comunicación Social del país, donde la integración, participación, creatividad y dedicación son aspectos fundamentales para su continua transmisión a fin de complementar su formación académica además de contribuir al fortalecimiento de la libertad de expresión.

CAPÍTULO I

El Proyecto

Planteamiento del problema

La alta demanda que se encuentra en la radio convencional, sugiere una limitante para muchos de los estudiantes de Comunicación Social que desean iniciarse y desenvolverse en el medio. Además, son muchos los egresados que una vez finalizada su carrera, confiesan no sentirse preparados en su totalidad frente a las nuevas tecnologías y los avances mediáticos que impone una era digital en la sociedad actual.

La práctica profesional resulta indispensable para el estudiante, pues de ésta depende en gran medida su preparación frente al mundo laboral, tan distinto al mundo académico-estudiantil. *“Le permite conocer ambos lados de su profesión: el del conocimiento y el de su aplicación.”* (Parent, Esquivel & Heras, 2004).

El dominio del conocimiento teórico es imprescindible para un comunicador social en formación, de igual modo lo es el aprendizaje obtenido a través de la práctica en las áreas de su interés o en el medio de su preferencia. *“La práctica profesional permite asimilar el saber instrumental indispensable para desplegar los aprendizajes teóricos y científicos que requiere y demanda una profesión”* (Parent et al. 2004).

Además de la importancia que supone el desarrollo de las habilidades y aptitudes de los estudiantes de Comunicación Social, también es necesaria su preparación en torno a los avances tecnológicos que complementan, modifican e incrementan las diferentes formas de ejercer la profesión.

En la actualidad la comunicación digital es un fenómeno evolutivo que impacta y altera todas las prácticas tradicionales del quehacer periodístico, involucra nuevos conceptos, vías de interacción, lenguaje y contenidos que le exigen al estudiante de Comunicación Social una preparación adecuada que se adapte al mundo 2.0

Es en este punto donde la Radio por Internet se muestra como una alternativa altamente llamativa por todas las ventajas que ofrece a nivel de reglamentos, costos, accesibilidad, producción y alcance convirtiéndose en la plataforma ideal para la práctica profesional y el perfeccionamiento académico.

En base a lo anteriormente expuesto y de cara a la creación de SomosRadio.net, surgen las siguientes interrogantes:

¿Cómo debe ser diseñada una Radio Web hecha para estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas del país, que impulse y complemente el desarrollo académico de la comunidad radiodifusora?

¿Es necesaria la creación de una Radio por Internet que reúna a los estudiantes de Comunicación Social?

¿Cómo diseñar la programación de la Radio Web para que su contenido sea variado, entretenido y original logrando así la captura y permanencia de la audiencia?

Objetivos

Objetivo General:

- Diseñar e implementar una Radio Web para estudiantes de las diferentes escuelas de Comunicación Social, que sirva de herramienta para la práctica, interacción y participación de la comunidad estudiantil, aprovechando las oportunidades que ofrecen los avances tecnológicos a nivel comunicacional gracias a la Web 2.0

Objetivos Específicos:

- Estudiar la Radio en la Web y sus diferencias con la radio tradicional.
- Verificar el uso de los espacios digitales como herramienta interactiva entre la Institución, profesores y estudiantes de Comunicación Social.
- Determinar las necesidades de los estudiantes de Comunicación Social sobre la creación de una Radio Web que reúna a la comunidad radiodifusora.
- Establecer las condiciones óptimas para la implementación de una Radio en la Web.
- Diseñar la interfaz gráfica ajustada a las necesidades de los usuarios.

Justificación

La idea de crear SomosRadio.net surge frente a la necesidad de complementar la formación académica de los estudiantes de Comunicación Social, en especial los interesados en la producción radiofónica, ofreciendo un espacio donde desarrollar de manera amplia y eficaz la fase práctica de dicha carrera.

El nacimiento de los nuevos medios alternativos, haciendo referencia específicamente a Radio por Internet, brinda la posibilidad de contar con un laboratorio de aprendizaje, que estimule y complemente el desarrollo académico de los estudiantes de Comunicación Social, interesados en el mundo radiofónico digital.

Internet ofrece la plataforma comunicacional ideal para mantenernos conectados según las afinidades compartidas por la comunidad. Si bien existen portales Web en las diferentes escuelas con niveles de interacción cambiante entre sus usuarios, es necesaria la interacción entre las mismas y quienes pertenecen a estas para así satisfacer las posibles carencias de intercambio de información tan pertinentes entre comunicadores.

Este proyecto propone la creación de una Radio Web que reúna a la comunidad de estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas, con la

finalidad de motivar la interacción entre los estudiantes e impulsar el desarrollo práctico académico.

En la actualidad, y gracias a las nuevas herramientas tecnológicas, un periodista puede encontrar en los blogs una excelente alternativa para llevar adelante su trabajo sin depender de los grandes medios. Y además, competir casi de igual a igual con otros sitios informativos. (Zanoni, 2008).

De acuerdo con Zanoni, de igual forma un estudiante que desee desarrollar y difundir sus habilidades en cuanto a producción, locución, edición y montaje, encuentra en la Radio por Internet la plataforma ideal para adentrarse en la tarea de hacer Radio.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

En el siguiente capítulo, se abordarán los fundamentos teóricos y diferentes conceptos que hacen posible el entendimiento de la investigación realizada. En este sentido, se desarrollarán las bases conceptuales que han sido investigadas previamente por la autora, abarcando las nociones de Radio como medio de comunicación tradicional y su transformación digital, Internet como plataforma multifuncional escogida para la implementación de SomosRadio.net desde un punto de vista técnico, funcional y social , así como también las Escuelas de Comunicación Social, haciendo un análisis sobre la integración, participación y conocimiento de los estudiantes frente a los avances mediáticos.

1. Radio

1.1 La Radio como medio de Comunicación

La Radio es un medio de Comunicación Social cuyo principal instrumento es el sonido, el cual se transmite mediante ondas electromagnéticas que se propagan a través del aire o espacio vacío sin necesidad de un medio de transporte. Estas ondas pueden ser transformadas en señales de audio o de otro tipo que transporten información. La palabra Radio se usa por lo general para definir este proceso, sin embargo, las transmisiones que conocemos como Televisión, Radio, Radar y Telefonía Móvil también se encuentran incluidas en la clase de emisiones de radiofrecuencia. (wikipedia.org/wiki/Radiodifusión)

El transmisor de radio se encarga de generar la señal de radiofrecuencia, la cual es emitida a través de una antena para luego ser captada por un receptor. Para que esta señal se convierta en la información que deseamos transmitir, estas ondas deberán estar acompañadas de ondas portadoras, quienes transportan la señal con la información hasta el receptor donde serán moduladas propiamente de forma que el mensaje logre llegar a su destino. (Navarrete, s.f)

La incorporación de la información contenida en una señal, generalmente de baja frecuencia, sobre una señal de alta frecuencia, es lo que denominamos proceso

de modulación. Para obtener la señal modulada, la señal de alta frecuencia (portadora) quedará modificada en alguno de sus parámetros (amplitud, frecuencia, fase, etc.) de manera proporcional a la amplitud de la señal de baja frecuencia (moduladora). (wikitel.info/wiki/Modulación).

En tanto que se realiza la emisión de señales de radio, el proceso de modulación más conocido abarca los siguientes dos tipos: AM y FM que por sus siglas en inglés significan Amplitud Modulada (o Modulación de Amplitud) y Frecuencia Modulada (o Modulación de Frecuencia) respectivamente.

1.2 Radio de Amplitud Modulada (AM) y Frecuencia Modulada (FM)

La Radio AM funciona de la misma forma que la radio FM. La diferencia está en la forma en que la onda portadora es modulada o alterada. En el primer caso, la señal portadora ve modificada la amplitud de la señal transmitida en proporción directa con la amplitud de la señal moduladora. En el caso de la FM, es la frecuencia de la portadora la que sufre variaciones menores en proporción con la señal moduladora mientras que la amplitud permanece constante. (wikipedia.org/wiki/Amplitud_modulada)

En el caso de la señal AM, como se mencionó anteriormente, las variaciones en la modulación se realizan en la amplitud de la onda portadora mientras la frecuencia de ciclos se mantiene constante. En la siguiente imagen se muestra el resultado:

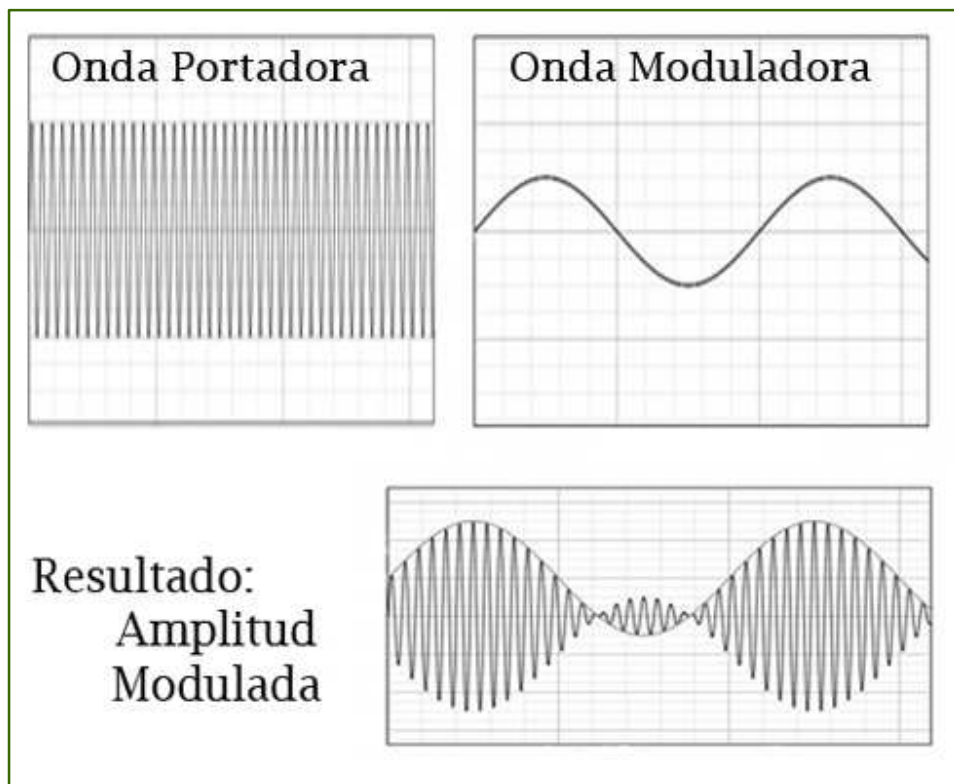


Imagen: Señal de Amplitud Modulada (Autora)

Las señales de AM por lo general tienen mayor alcance y una de sus grandes ventajas es la simplicidad de su demodulación, lo que sugiere por consiguiente que

sus receptores sean más sencillos y económicos. Sin embargo, la radio AM ofrece una baja fidelidad de la señal que reproduce gracias a su limitado Ancho de Banda. La sensibilidad al ruido (en especial al atmosférico) y la interferencia o sobremodulación sitúan a las señales de AM en desventaja con respecto a las señales de FM.

Aunque el rango de frecuencias que el ser humano puede percibir está comprendido entre los 20 y 20.000 Hz, en la transmisión de señal AM, se fija un ancho de banda del canal de 10 kHz. Esto nos exige limitar la frecuencia superior de la señal de audio a 5 kHz. (Percaz Ciriza, Sánchez Corpas, 2010).

La Frecuencia Modulada (FM) es una modulación angular que transmite información a través de una onda portadora variando su frecuencia. Es usada comúnmente en las radiofrecuencias de muy alta frecuencia por la alta fidelidad de la radiodifusión de la música y el habla. Aunque la transmisión por AM resulta ser más sencilla, la utilización de la señal FM se traduce en un incremento significativo en la calidad del sonido, lo que a su vez significa, mayor aceptación.

Mientras que el canal de AM tiene un ancho de banda de 10 KHz en el continente americano y de 9 KHz en el resto del mundo, el canal de las FM está, por lo general, en 200 KHz. A mayor ancho de banda, mayor cantidad de información y mejor calidad. (www.analfatecnicos.net)

A la señal FM no le afecta el ruido ya que este sistema está especialmente diseñado para eliminar las otras señales no deseadas de la portadora en amplitud modulada, gracias a que la modulación es en frecuencia y no en amplitud. En la siguiente imagen se muestra el resultado de una señal modulada en su frecuencia:

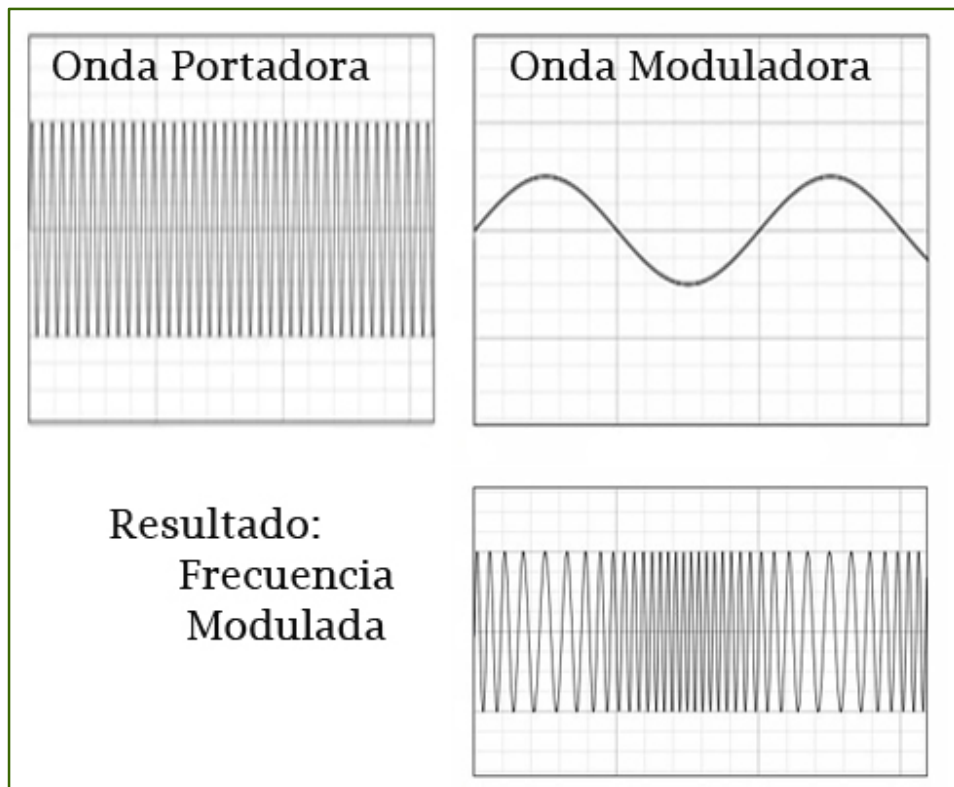


Imagen: Señal de Frecuencia Modulada. (Autora)

Para lograr una definición más acertada de La Radio como Medio de Comunicación, habría que ahondar más allá de los aspectos tecnológicos de su composición y funcionamiento.

En relación con otros medios de comunicación, la radio genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se ven sin ser vistos, en la que se perciben espacios sin ser percibidos, en la que, sobre la nada, se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas,... La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio ciego, pero también es, al mismo tiempo, un mundo a todo color. (recursos.cnice.mec.es)

La falta de apoyo visual para la comprensión del mensaje significa un reto para los profesionales de la Radio, quienes se ven en la tarea de recrear la información de modo verbal de tal forma que sus oyentes puedan visualizarla individualmente, mediante la imagen sonora. A diferencia de la Televisión, la prensa y la fotografía (por mencionar algunos) la radio como medio de comunicación genera constantemente una realidad ilimitada y única para cada uno de sus usuarios.

Desde su primera aparición, la radio permitía transmitir no sólo los contenidos, sino también la expresividad, el carisma y en parte también el encanto de quien hablaba, sin eliminar con esto el halo de misterio que envolvía las voces, casi siempre privadas de un rostro. La imposibilidad de ver a quién pudiese pertenecer la voz transmitida

determinaba un sentido de desasimio de la realidad y de particulares veneraciones por los que se convirtieron, al poco tiempo, en auténticos oráculos para los oyentes. (Boni, 2008).

La Radio no es solo un medio de comunicación que genera la sensación de cercanía entre sus oyentes, también posee otras características que lo diferencian de los demás medios convencionales dándole fuerza y un alto nivel de permanencia: La inmediatez, la capacidad de interacción, lo versátil de sus formatos, la rapidez, claridad, comprensibilidad y adecuación de su lenguaje.

1.3 Características de la radio como medio de comunicación

La Inmediatez

La radio se beneficia de la inmediatez informativa basada en la simultaneidad hecho-noticia. Esta característica le otorga una gran fortaleza al medio de comunicación en contraste con los demás medios, gracias a que la movilización del equipo es mucho más sencilla y rápida. El mensaje llega a la audiencia de forma oportuna y a tiempo real.

Interacción

Desde sus inicios la Radio ha sido un medio de comunicación unidireccional, donde la participación de la audiencia estaba limitada a las llamadas vía telefónica a

la cabina. Gracias a los avances tecnológicos y mediáticos, la interacción ha aumentado a gran escala dentro del medio. El uso de las redes sociales ofrece la oportunidad de interactuar con el locutor a tiempo real y en masa.

Géneros y Formatos

La producción de contenido radiofónico está compuesta por una gran variabilidad de géneros y formatos con la finalidad de reunir y abarcar el mayor número de oyentes, complaciendo así sus exigencias y preferencias. Mario Kaplún en su obra *“Producción de Programas de Radio”* (1978) propone los siguientes doce formatos radiofónicos que presentamos a continuación en el siguiente cuadro:

Formato	Género	Definición
La Charla	Expositiva Creativa Testimonial	Discurso o monólogo generalmente breve, con el fin de explicar, difundir o compartir conocimientos.
El Noticiero	Noticioso	Es un conjunto o sucesión de noticias, expuestas de manera poco detallada.
Nota o Crónica		Ofrece información amplia de un hecho, no incluye juicios personales, pero sí antecedentes y opiniones de otros para que quien escucha se pueda formar un juicio al respecto.

El Comentario		Involucra un análisis y una opinión acerca del hecho comentado, orienta al oyente
El Diálogo	Didáctico Radio-Consultorio	Intercambio de información a través de la conversación, que es su forma didáctica se hace uso de un entrevistador quien cuestiona a un especialista y en su forma Radio-Consultor se responden las preguntas del público.
La Entrevista	Informativa Indagatoria	Diálogo basado en preguntas y respuestas, que en su forma indagatoria, se realiza un interrogatorio exhaustivo con alguna personalidad directamente relacionada con el hecho de interés.
Radio-periódico		Contiene al igual que un periódico escrito, diversas secciones, política, economía, deportes, etc. Brinda noticias, crónicas, comentarios, etc.
La Radio-Revista	Misceláneos	Su característica es la variedad de secciones que incluyen, y la presencia de un conductor le da carácter y unidad al programa.
La Mesa Redonda		Maneja la entrevista, pero con dos o más invitados, el entrevistador se le llama moderado y se encarga de llevar el hilo conductor del programa.

El Radio Reportaje		Es uno de los formatos más relevantes de la radio. Es una monografía sobre un tema dado. Es una presentación relativamente completa del tema. Puede ser de larga duración y se debe recurrir a una amplia gama de recursos y formatos, que cumplen la función de los dibujos y fotografías en el papel.
La Dramatización	Unitaria Seriada Novelada	En este formato se recrea la vida, por ello está considerado el más activo de todos.

Si bien es cierto que el cuadro es extenso y las descripciones expuestas han perdido vigencia gracias a las transformaciones mediáticas que se evidencian en la actualidad, la autora considera oportuna su inclusión a modo de apoyo para la demostración teórica de la versatilidad de géneros, basada en los textos de Mario Kaplún.

Lenguaje Radiofónico

La Radio posee un lenguaje propio y característico que, dependiendo de las habilidades comunicativas y los niveles de creatividad del constructor del mensaje, puede ser aprovechado de manera tal que el oyente se sienta inmerso en una cantidad ilimitada de imágenes sonoras.

Una aproximación al concepto de Lenguaje Radiofónico según Armand Balsebre (1994) sería la siguiente:

Lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes. (p.27)

Así pues, La Radio es un medio altamente versátil que gracias a sus características propias y distintivas le han facilitado el gran nivel de permanencia que conserva desde sus inicios hasta nuestros días. Sin embargo, también presenta una serie de desventajas comunicacionales entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

- Debido a sus limitaciones físicas, sólo tiene acceso a un sentido: el oído. La carencia de imagen visual genera una escasa permanencia del mensaje.
- La volatilidad del mensaje propicia la distracción sensorial del radioescucha. Si bien es cierto se pueden realizar varias tareas al mismo tiempo que se escucha la radio, esto hace que disminuya el grado de atención y por consiguiente, el impacto del contenido.
- La imagen sonora es más imprecisa que la imagen visual por lo que la mala interpretación del mensaje está más propensa a ocurrir. No existe la posibilidad de “retroceder” lo escuchado.

- Las barreras geográficas también suponen una desventaja para la radio convencional. La programación de las distintas emisoras sólo puede ser escuchada por un sector de la población.

Todos estos aspectos limitantes anteriormente señalados, se han visto disminuidos y algunos totalmente prevalecidos gracias a la llegada de la era digital, donde internet actúa como ente fundamental en la evolución y desarrollo de los medios de comunicación a escala mundial.

Actualmente, los avances tecnológicos han permitido que la radio llegue a más personas: la Amplitud y la Frecuencia Modulada han crecido de manera considerable en cuanto a la cantidad y variedad de sus emisoras, el disco compacto ha desplazado a los acetatos, la transmisión vía satélite y la radio en Internet son algunos de los cambios sustanciales, pero los avances tecnológicos no son los únicos impulsores de la radio. (Romo Gil, 1987)

De acuerdo con Romo, los avances tecnológicos han facilitado (por no decir exigido) un cambio significativo en la producción del contenido radiofónico, en sus canales de transmisión y en la forma en como es recibido el mensaje. Pero estos avances no son los únicos impulsores de la radio. La sociedad ha cambiado, la radio en la actualidad se enfrenta con una audiencia mucho más exigente, participativa, con necesidades específicas y en constante evolución.

La llegada de Internet no sugiere necesariamente una nueva competencia entre los medios de comunicación tradicionales, por el contrario, ofrece un nuevo canal a través del cual puedan propagar y distribuir a gran escala el contenido de sus mensajes, hacer uso de las herramientas que la plataforma brinda y formar parte activa de esta revolución tecnológica, mediática y social.

2. Radio por Internet: ¿La evolución de La Radio?

De acuerdo con lo mencionado en el apartado anterior, explicaremos por qué Internet (al menos en la actualidad) no representa una amenaza competitiva hacia los medios de comunicación tradicionales, sino por el contrario, una oportunidad de expansión y desarrollo que incluye a la prensa escrita, la televisión y en especial, la radio, siendo éste el enfoque central del presente trabajo.

El nacimiento de las nuevas tecnologías ha propiciado el surgimiento de nuevas formas de comunicación. La creciente necesidad de permanecer informados de forma inmediata, ha hecho que los medios de comunicación evolucionen de forma paralela con los avances informáticos para de esta forma lograr satisfacer a un público cada vez más exigente. Internet ha revolucionado la Comunicación Social.

La idea de una “aldea global” creada por los medios electrónicos, como lo advertiría McLuhan en los años 60’s, es hoy una realidad cada vez más acertada. En efecto, la posibilidad de una interacción sin límites geográficos que hoy se evidencia a diario, es un avance innegable producto de la evolución tecnológica y mediática.

Tal como lo señalan Flores Vivar y Miguel Arruti en su libro “Ciberperiodismo” (2001):

En los albores de las nuevas comunicaciones digitales, la sociedad se está convirtiendo realmente en una pequeña aldea. El concepto de distancia, de lejanía, no tiene razón de ser en esta nueva sociedad. El medio Internet nos permite acercarnos en cuestión de nano segundos o micro segundos a sitios y lugares virtuales y recabar información que antes sólo se lograba con gran esfuerzo. Internet crece cada vez más y el mundo analógico se hace cada vez más pequeño, convirtiéndose en una aldea digital, en una sociedad informatizada. (p.27)

Con la llegada de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), el campo de la comunicación se ha inmerso en la globalización, posibilitando la interconexión entre personas e instituciones de todo el mundo, superando las barreras geográficas y temporales.

Entendemos por Tecnologías de la Información y la Comunicación como el *“conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética.”* (Cibersociedad.net).

Haciendo uso de Internet como herramienta para la evolución de la radio, los profesionales del medio ahora cuentan con una serie de características que aportan mejoras indiscutibles a nivel de alcance, soporte, interactividad y difusión. Siguiendo con el artículo publicado en Cibersociedad.net, entre estas características se mencionan las siguientes:

- **Posibilidad de digitalización.** La información que en un principio se encontraba limitada al soporte físico, ahora puede ser almacenada a gran escala en dispositivos pequeños como CD's, memorias USB, etc.
- **Instantaneidad.** Es posible la difusión del contenido a través del ciber espacio sin limitaciones geográficas. En cualquier parte del mundo el mensaje puede ser recibido.
- **Aplicaciones Multimedia.** Utilizando un conjunto de imágenes y objetos gráficos que faciliten la interacción y el acceso a los contenidos, el usuario tiene la posibilidad de interactuar con múltiples medios que albergan

información, con libre control sobre la presentación del material expuesto acerca de qué desea ver y cuando.

Otra de las características más relevantes de las aplicaciones multimedia, y que mayor incidencia tienen sobre el sistema educativo, es la posibilidad de transmitir información a partir de diferentes medios (texto, imagen, sonido, animaciones, etc.). Por primera vez, en un mismo documento se pueden transmitir informaciones multi-sensoriales, desde un modelo interactivo. (Rosario, 2005)

Siendo Internet un canal universal, personalizable, multimedia, interactivo y de alcance prácticamente ilimitado, no tardarían los medios de comunicación en hacer uso de esta herramienta multifuncional que, como se ha mencionado, no llega para competir con los medios tradicionales, sino para impulsar su evolución.

Es así el caso de los medios de comunicación más populares, aun cuando pertenecen al grupo de medios convencionales, ahora cuentan con el apoyo multimedia. Por ejemplo, en Venezuela el canal de Televisión Globovisión cuenta con una página Web, donde ofrecen información de última hora, archivos de noticias, segmentos (nacionales, economía, internacionales, entretenimiento, deportes, analistas, ciencia y tecnología, turismo, ecología al día, reporte gerencial) programación, cobertura y medios de contacto a través de las principales redes

sociales (Facebook y Twitter) así como también un enlace para acceder a la señal en vivo. (globovision.com/)

Diferentes medios de comunicación en todo el mundo, hicieron de Internet una herramienta como plataforma multimedia donde difundir y ampliar sus contenidos. Emisoras de radio en Venezuela como La Mega 107.3 FM perteneciente al Circuito Mega, que cuenta con 14 emisoras ubicadas en todo el país, cuenta con su página Web (<http://www.unionradio.net/lamegaestacion/>) así como también El Circuito FM Center (<http://www.fmcenter.com.ve/>), Radio Nacional de Venezuela (<http://www.rnv.gov.ve/>), Circuito X (<http://www.circuitox.com/>) entre muchas otras.

Medios audiovisuales e impresos de reconocida trayectoria, en Venezuela y más allá de sus fronteras como el periódico The New York Times (<http://www.nytimes.com/>) en la ciudad de Nueva York, el diario El Tiempo (<http://www.eltiempo.com/>) en Colombia, el periódico El País en España (http://elpais.com/elpais/portada_america.html) la emisora Radio Nacional de España (<http://www.rtve.es/radio/>) son medios de comunicación tradicionales que a través de la World Wide Web (WWW) consiguen ampliar de forma sustancial los contenidos y por consiguiente, su público usuario y presencia en el mercado publicitario.

Todos los medios de comunicación expuestos con antelación, cuentan con la posibilidad de difusión vía Web, sin embargo, ¿es correcto hablar de radio, prensa o

televisión por internet? Emma Rodero Antón en el texto *La Radio en Internet* (2001) explica lo siguiente:

(...) no podemos reducir la concepción sonora radiofónica a las transmisiones de aquellas direcciones de Internet que estrictamente se denominan emisoras de radio. El sonido informativo se extiende por toda la red y no es dominio exclusivo de las cadenas radiofónicas, sean del tipo que sean.

En realidad, lo que ha ocurrido es que debido a la juventud de esta nueva plataforma se ha extrapolado a Internet la clasificación convencional de medios de comunicación. Sin duda, para todos nosotros hablar del periódico, de la radio o de la televisión en Internet resulta no sólo más fácil sino más cómodo. Pero no podemos olvidar que nos situamos ante una realidad diferente. Internet cambia esta concepción tradicional puesto que en su seno se produce una convergencia mediática que impide referirnos estrictamente a los medios de comunicación tradicionales como canales independientes. (p.1).

De acuerdo con Rodero, para abordar el término de radio On Line con precisión es necesaria la concepción de un nuevo producto adecuado a la internet, un diseño innovador que corresponda a las características y los hábitos de consumo de los clientes de la Web revolucionando la forma de escuchar, producir o consumir radio.

¿Qué es Radio por Internet?

Básicamente, la Radio por Internet consiste en la distribución de material auditivo a través de la Web que se distingue de la radio convencional por el uso de señal digital. Este método también es conocido como Streamcasting de audio. El Streaming se refiere al envío de contenido multimedia (múltiples medios de expresión: texto, audio, imagen, video, etc.) a través de la red. (wikipedia.org/wiki/Streaming).

En la actualidad, la radio como medio de comunicación ha pasado de ser fundamentalmente auditiva. Pero esta evolución en la Comunicación Social va más allá del aporte que significa la utilización de las Tecnologías de Información. Los numerosos medios que han surgido en formato estrictamente digital con una producción de contenido radiofónico hecho especialmente para un público internauta es un fenómeno que está cobrando cada vez más popularidad en la sociedad.

Ante esta realidad, surge la siguiente interrogante: Sí los medios tradicionales ya cuentan con el uso de internet como herramienta para la superación y mitigación de las limitaciones que los caracterizan, ¿es en realidad necesaria la creación de medios únicamente digitales? Y sumado a esto, ¿cuál sería la diferencia entre una radio hecha especialmente para ser transmitida por internet y los contenidos de una radio convencional que incorporan la utilización de la red?

Gracias al alcance global que tiene la radio por internet, el crecimiento masivo de su audiencia genera una multiplicación de canales que buscan satisfacer la amplia variedad de intereses y exigencias que el público demanda. Mientras que la audiencia de la radio convencional se limita a una determinada temática bajo un horario establecido, internet ofrece la posibilidad de albergar múltiples contenidos capaces de resolver inquietudes personales, en el momento en que el usuario decida acceder a ellos.

Los cambios significativos no solo se producen a nivel del medio. La audiencia de la radio tradicional no es la misma que la de la radio por internet, siendo necesaria la oferta de nuevos contenidos adaptados a la era 2.0. Se trata de un público que ha evolucionado de la mano con las Tecnologías de Información, por tanto es más exigente y selectivo, su participación va más allá de “recibir la radio” siendo que el usuario de Internet, busca la radio.

Internet modifica las maneras con que se informan las personas. Los usuarios pasan a tener un poder que antes no tenían tanto para recibir, buscar y contrastar como para incorporar información generada o conocida por ellos. Acceden a la red como un autoservicio. Esta visión modifica plenamente el panorama de los medios de comunicación y en particular de la radio. O la radio busca la personalización de la información, la interactividad, el autoservicio o perderá capacidad de penetración en la nueva sociedad. (Cebrián, 2001).

Las ventajas en cuanto a costo, accesibilidad, variedad y alcance de la radio digital, la sitúan en una posición privilegiada visto que no se requieren licencias para la transmisión, los equipos son considerablemente más económicos en comparación con la radio de emisión a través de ondas, su cobertura es mundial (siempre que se cuente con conexión a internet), es libre de ruidos e interferencias y permite una programación personalizada, amplia e interactiva.

A raíz de esto, es fácil concluir que la radio por internet es un medio de comunicación ventajoso y altamente atractivo, sin embargo, existen factores que limitan su rendimiento. En un primer aspecto y nuevamente en comparación con la radio tradicional, los recursos necesarios para la recepción de la radio por Internet son por lo general más costosos, siendo necesaria la conexión a internet y el equipo conectado a la red que transmita la señal.

Otro aspecto limitante, señala Peralta en su artículo “Radio por Internet: Puerta de Salida” publicado en la revista electrónica Razón y Palabra (2004), se refiere a la cantidad simultánea de oyentes conectados (o sintonizados en el caso de la transmisión por aire) y al respecto destaca que en el caso de la radio convencional “un solo transmisor puede llevar su señal hacia una cantidad de aparatos receptores ilimitada en el rango de alcance del transmisor (al menos potencialmente)”, mientras que para la radio por Internet “se requiere una infraestructura mayor a medida que

una cantidad más elevada de computadoras se conectan al servidor que emite los contenidos”

Esquema general de una Radio por Internet

La puesta en marcha de una radio por internet resulta considerablemente sencilla, en comparación con el proceso inicial para la instauración de una radio tradicional. La creación de una radio Web no cuenta con la limitante que sugiere la solicitud del espectro radioeléctrico y la adquisición de los equipos de transmisión requiere una inversión mucho más económica.

En principio, según la información suministrada en el portal Web TuWebhosting.com, para la transmisión de streaming el emisor deberá contar con los siguientes elementos:

1. Una computadora Pentium 4 o superior
2. 512 MB de memoria RAM como mínimo
3. Tarjeta de Audio (la mayoría de las computadoras ya vienen con esta tarjeta)
4. Un micrófono para la transmisión en vivo
5. Material auditivo (música, efectos, etc.)
6. Conexión a Internet

Para la edición del contenido antes de insertarlo en la programación, se sugieren Software de edición de audio tales como: Audacity o Adobe Audition.

Una vez que se cuenta con los elementos anteriormente mencionados, es necesario contratar un servidor el cual se encargará de codificar y enviar los bits de contenido a través de un torrente de datos. Es decir, “un servidor con una alta capacidad de conectividad (ancho de banda) que permita conectarse a los oyentes (usuarios) de su radio Web” (wikipedia.org/wiki/Radio_por_Internet)

Este servicio es pago, pero existen servidores gratuitos como el que ofrece [listen2myradio.com](http://www.listen2myradio.com) (<http://www.listen2myradio.com/lang/es/>) con un máximo de 50 oyentes simultáneos y el formato ofrecido es MP3. La ventaja de contratar un servidor pago, reside en un aumento potencial del número de oyentes simultáneos (siempre dependiendo del ancho de banda disponible) y el incremento de la calidad del sonido.

Luego de esto, será necesaria la utilización de un Software encargado de la transmisión de streaming. Uno de los más populares en el campo de la radio Web es el SAM Broadcaster que por sus siglas en inglés significa Streaming Audio Manager.

Este Software se conecta a los servidores de streaming de uso común así como con algunos servicios Web como Live365 o servicios de alojamiento pago.

El alojamiento en la Web de una radio por internet permite que la emisora sea accesible al usuario a través de la World Wide Web, donde es posible almacenar información, textos, imágenes, videos y cualquier contenido que amplíe y complemente la programación, así como hacer uso de una interfaz que permita la interacción entre el oyente y la emisora gracias a las aplicaciones que ofrece la Web 2.0.

Muchos de los servicios de Web hosting (alojamiento en la Web) se ofrecen de forma gratuita, así como patrocinados por publicidad o con bajo costo. En Venezuela, por ejemplo, VenezuelaHosting.com a la fecha de su consulta (abril, 2013) ofrece variados paquetes de acuerdo a las posibilidades y requerimientos del cliente, que van desde el plan inicial a un costo de Bs. 48,00 mensuales hasta el plan completo que contiene Dominio, hospedaje Web y página Web por Bs. 82,00 mensuales. (venezuelahosting.com)

Para que el usuario pueda escuchar el streaming de audio se requiere de un software de reproducción, como Real Player, Windows Media Player, Winamp, etc. Por lo general los servicios de Web hosting ofrecen a sus clientes la posibilidad de insertar vínculos para estos reproductores en la página Web de la radio.

Historia de la Radio por Internet

La radio por internet nace en los años 90 como una solución para la industria de la música con la finalidad de reinventarse a sí misma o como una solución para los activistas. El término Radio por Internet no se refiere únicamente a la transmisión en vivo a través de la Web, también puede ser un lugar de almacenamiento para archivos de audio. (Radio Bunch, traducción libre de la autora.)

La primera radio por internet nace en Estados Unidos en 1993 y fue desarrollada por Carl Malumud con el nombre de “Internet Talk Radio”. La estación de Malumud usaba una tecnología llamada MBONE (IP Multicast Backbone on the Internet). (wikipedia.org/wiki/Radio_por_Internet)

Internet Talk Radio fue la primera emisora de radio conceptualmente por Internet, la cual realizaba entrevistas semanales a expertos de informática. Para 1995 la programación ya no estaba disponible vía multidifusión, era entonces distribuida

como archivos de audio que los usuarios de internet podían descargarse uno por uno.
(wikipedia.org/wiki/Internet_talk_radio)

La CBC (Canadian Broadcasting Corporation) realizó un ensayo experimental para determinar si existía alguna demanda de programas de radio regulares distribuidos como archivos de audio digital a través de Internet. También pretendía determinar si la CBC estaba dispuesta a distribuir programación en este formato y qué implicaciones tendría este servicio para la sociedad. (Patrick, Black & Whalen, 1996)

El análisis de los registros de tráfico y una revisión de las observaciones presentadas por los usuarios mostró una demanda muy alta (posiblemente todo lo que era posible con esta configuración de ensayo) y un gran interés en el servicio. La CBC decidió adoptar el ensayo y comenzó un servicio permanente en Internet. (Patrick et al., 1996)

El mencionado estudio no solamente demostró que para entonces, ya se podía hablar de un elevado interés en el público por la distribución de contenido radiofónico a través de la Web, de hecho, los autores afirmaban que existía *“amplia evidencia para sugerir que la demanda de este servicio fue mayor de lo que la configuración era capaz de soportar.”*

NetRadio Network fue una compañía fundada por Scott Bourne y Scot Peines en Minneapolis, Minnesota, en 1994. Fue la primera red de radio exclusiva por internet a nivel mundial y la primera en recibir una licencia de ASCAP (Asociación Americana de Compositores, Autores y Editores) que más tarde se convertiría en una licencia estándar para todas las estaciones de radio en línea. (wikipedia.org/wiki/NetRadio)

La WXYC (89.3 FM, Chapel Hill, North Carolina, USA) es una de las primeras emisoras de radio tradicional en difundir su programación vía internet en el año 1994, así como también WREK (91.1FM, Atlanta, GA USA), KJHK (90.7FM Lorenzo, Kansas) con una transmisión en vivo y una señal constante a través de la red. Radio Televisión Hong Kong, RTHK, una cadena pública en China comenzó a transmitir todos sus programas de radio por internet también el 1994. (Aguiar, 2009)

En Europa, la primera estación de radio en internet fue Virgin Radio en el Reino Unido, con una transmisión de 24 horas al día difunden su señal de AM/FM usando la plataforma de Real Networks en marzo de 1996. (Aguiar, 2009)

La primera estación de radio comercial exclusiva por internet de tiempo completo surge en febrero de 1995, con el nombre Radio HK, emitiendo música de bandas independientes. Los creadores de Radio HK fueron Norman Hajjar y el laboratorio mediático Hajjar/Kaufman New Media Lab, una agencia de publicidad en

Marina del Rey, California. Radio HK pasaría a convertirse en uno de los primeros usuarios del formato de audio RealAudio. (wikipedia.org/wiki/Radio_por_Internet)

Y es que al hablar de las primeras emisoras por Internet y de la evolución de la red como nuevo espacio de comunicación es imprescindible mencionar el Real Audio, un sistema de compresión y transmisión de sonido por Internet que contribuyó en gran medida al despegue de este tipo de radio. (Aguiar, 2009)

RealAudio es un formato de audio utilizado en transmisiones por internet en tiempo real. De esta forma, el usuario no se ve en la necesidad de descargar el archivo de audio sino por el contrario, recibe la transmisión de la señal en vivo. También le ofrece al usuario la posibilidad de escuchar, bajo petición, un archivo almacenado en un servidor externo. (wikipedia.org/wiki/RealAudio)

La difusión del Real Audio permitió que 1995 fuera el año en el que la radio por Internet despegó con fuerza. En agosto de 1995, KPIG comenzó a transmitir en vivo desde California USA, primero usando Xing Streamworks y posteriormente RealAudio. Bill Goldsmith, jefe de operaciones de esta emisora, fue el responsable de iniciar la transmisión. En la actualidad, esta emisora opera bajo el nombre de Radio Paradise. (Aguiar, 2009)

En vísperas del año 1995, nace HardRadio.com, emisora de transmisión exclusiva por internet siendo en la actualidad la radio online más antigua que

permanece activa. Alberga géneros como el Hard Rock y el Heavy Metal y fue la primera radio por internet en ofrecer a sus usuarios información sobre lanzamientos de nuevas bandas, revista de radio y grabaciones. Está licenciada por ASCAP y BMI (Broadcast Music, Inc.)

El primer canal de radio en internet para mujeres fue creado en 1997 con el nombre Amazon City Radio, perteneciente a la comunidad y portal de negocios AmazonCity.com.

La primera estación de radio por internet en Australia se crea con el nombre de NetFM, en noviembre de 1998. Comenzó utilizando el formato RealAudio y luego Windows Media en 1999. El primer programa de NetFM fue "The Vinyl Lounge" el cuál destaca por ser el programa de radio más largo del mundo. (NationMaster.com)

En 1999 Scour.com lanzó el software Mycaster con el que los usuarios podían operar sus propias estaciones de radio en Internet. El programa MyCaster MP3 transmitía los archivos locales de música del usuario al sitio Web de Mycaster.com, numeraba las transmisiones y las mostraba a los oyentes que usaban los navegadores o el software. MyCaster sucumbió durante la crisis económica de las empresas .COM de finales de los años 90, y cerró definitivamente sus operaciones en mayo de 2001. (Aguiar, 2009)

En América Latina la radio por internet precursora fue Cool Radio en el año 2000. Creada y dirigida por Benny Aharonov, Marcos Bucay e Ilan Arditti en México.

En el año 2003, Windows lanza Windows 2003 server, lo que permitiría a los usuarios con suficiente ancho de banda la posibilidad de que miles de oyentes puedan conectarse a una transmisión única, en forma estable y con calidad de sonido que puede alcanzar hasta 128 Kbps, lo que iguala el sonido de una radio por Internet a una radio FM tradicional. (wikipedia.org/wiki/Radio_por_Internet)

Hasta entonces la radio por internet se encontraba sujeta a la disponibilidad del usuario a mantenerse conectado desde su PC, lo que podría significar una desventaja en comparación con la radio tradicional. Pero la opción de una radio por internet móvil estaría cerca de ser viable.

En el año 2007, el código de DHTML, creado específicamente para el Internet Explorer de Windows Mobile, puede ser leído a través de teléfonos móviles. Hecho que incrementó la cantidad de usuarios conectados a las distintas radios online en todo el mundo.

La etapa temprana de la radio por internet, no captó el nivel de aceptación que posee hoy en día, visto que la conexión se realizaba a través de líneas telefónicas

regulares y la calidad del sonido era bastante mala. El ancho de banda también era un gran problema. Las estaciones de radio terrestres y las empresas de audio tenían la capacidad de transmitir audio de alta calidad a través de líneas telefónicas durante años, pero con las conexiones ISDN y T-1 más costosas. La tecnología de ancho de banda fue gradualmente acogida por el público en general, primero a través de DSL, luego con internet por cable a un costo más accesible. (Cospér, s.f, traducción libre de la autora.)

En la actualidad, la cifra de radios por internet existentes asciende a las decenas de miles en todo el mundo, sin embargo, son pocos los estudios que abarcan el tema. Sería necesaria una investigación adicional para conocer con exactitud la evolución de este nuevo medio. (Aguar, 2009)

Si de algo se puede tener certeza al respecto, como lo afirma Sacristán (1998) en Mundo Internet 98 es que: *"Internet está ganando popularidad a un ritmo mucho más salvaje que cualquier medio de comunicación en el pasado"*.

3. Internet como plataforma multifuncional

Internet es fundamentalmente un conjunto de computadoras interconectadas entre sí, que permiten la comunicación de datos de forma simultánea y recíproca.

Según Castells (1999) Internet “*es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente.*” (p.1).

La importancia de Internet radica en la amplia oferta de canales y servicios que posibilitan la difusión de contenidos y la comunicación entre personas de todas partes del mundo, como lo son la WWW (World Wide Web), el correo electrónico, las redes sociales, los chats, la transferencia de archivos de imágenes, textos, audios y videos, lo que ha significado una verdadera revolución de la forma en como el mundo se comunica.

El nacimiento de Internet data de los años '60 en Estados Unidos como un recurso exclusivamente militar, con el fin de asegurar el acceso a la información en caso de ocurrir cualquier ataque extranjero. Esta red se llamó ARPANET y en principio contaba solo con 4 ordenadores distribuidos en diferentes universidades del país. (cad.com.mx/historia_del_internet)

ARPANET continuó creciendo y pronto se convertiría en una gran red con fines científicos y académicos. El desarrollo de Internet fue progresivo y pasó de ser un servicio utilizado por pequeños grupos, al recurso masivo que todos conocemos. “*Internet marca un hito en la historia de los medios de la comunicación y así como la imprenta revolucionó al mundo en el Renacimiento, Internet revolucionó al mundo posmoderno.*” (González B. y González C. 2010)

La Web 2.0

Gracias a los avances en cuanto a tecnologías de información, la Internet de la actualidad dista mucho de la red que originalmente se dio a conocer al mundo. Sentar una definición única y acertada en cuanto a los términos Web 1.0 y Web 2.0 no es del todo sencillo, visto que no existe una noción generalizada de ambos conceptos. Sin embargo, son varios los autores que coinciden en una serie de características a modo de diferenciar ambas tendencias.

La Web 1.0 viene representada por su naturaleza estática, donde solo se accedía para obtener información. Fue la forma más básica en la concepción de la World Wide Web con muy poca (o nula) interacción entre quien producía el contenido y quien lo recibía, *“en muchos casos se corría con suerte si el autor tenía la delicadeza de colocar su dirección de correo electrónico en algún lugar del texto.”* (Fajardo, 2009)

Otra característica de la Web 1.0 era la simplicidad de su diseño gráfico. Por lo general se trataba de un sitio no dinámico y plano, visto que la velocidad disponible para la conexión era bastante limitada. Esto hacía que el uso de los recursos gráficos fuera escaso y por lo tanto resultaba poco atrayente a los ojos del usuario. (Fajardo, 2009)

Cabe destacar que la Web 2.0 no hace referencia a una nueva versión o especificación técnica distinta del producto, es denominada de esta forma debido a la evolución que evidencia a través del tiempo. La Web pasó de ser “solo lectura” dándole paso al usuario para que éste se encuentre en la capacidad de interactuar con el contenido de la página (modificar el texto, responder, comentar, etc.)

Autores como Fumero y Roca (2007) definen a la Web 2.0 como:

(...) la promesa de una visión realizada: la Red –la Internet, con mayúscula o minúscula, que se confunde popularmente con la propia Web– convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento.
(p.10)

La Web 2.0 abarca los sitios Web en donde los usuarios pueden interactuar entre sí y generar contenidos a través de aplicaciones, como las páginas Web con servicio de alojamiento de videos (YouTube, por ejemplo), wikis, blogs, redes sociales, con opción a directorios, comentarios, valoraciones, entre otras. Son páginas en donde el usuario puede crear, modificar y borrar los contenidos que comparten, en otras palabras, *“el usuario le añade valor a la aplicación agregando contenidos y cooperando entre sí.”* (Tim O’Reilly).

Si concebimos Internet como plataforma para un nuevo medio de comunicación, aprovechando las herramientas de la Web social y haciendo uso de las aplicaciones Web 2.0, nos encontramos ante la realidad de un nuevo medio multilinguaje, hipertextual, personalizable, multimedia y por tanto, multifuncional.

Uno de los avances tecnológicos que ha tenido la Web 2.0, es la creación de una navegación “amigable” gracias al desarrollo de una interfaz gráfica que atraiga y simplifique la interacción del usuario con el ordenador. Se trata de un conjunto de imágenes y objetos gráficos que representan las acciones disponibles en la interfaz. Esto surge a raíz de la necesidad de satisfacer los mecanismos de accesibilidad al ordenador por parte del usuario común.
(wikipedia.org/wiki/Interfaz_gráfica_de_usuario)

Así como en las relaciones interpersonales es conocida la expresión “el amor entra por los ojos”, el lenguaje visual también es un factor que no se debe descuidar al momento de crear una página Web. Es por esto que el diseño gráfico de cualquier proyecto Web debe estar planeado en función a la aprobación y el agrado a nivel estético por parte del usuario.

Diseño Web

Las nociones de diseño Web no difieren tanto del concepto tradicional de diseño gráfico, el que hace referencia a la forma en como están ordenados los objetos de manera tal que resulte práctico y a su vez agradable al ojo humano. En una página Web, el diseño es fundamental en aras de garantizar la accesibilidad del usuario. Al respecto, Beaird (citado por Fajardo 2009) señala que *“El diseño no puede ser un obstáculo para obtener la información, sino un vehículo que ayude al usuario a conseguirla”* (2007).

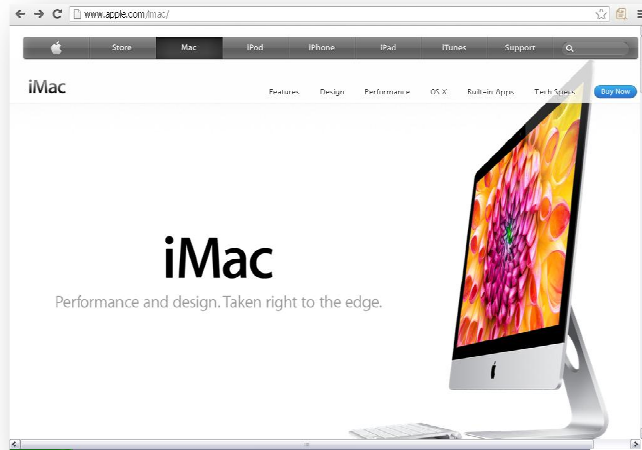
“La disciplina del diseño Web es un fenómeno totalmente moderno, nacido durante la creación de la World Wide Web de Tim Berners Lee, y que surge del simple deseo de llevar algo basado en texto sencillo al reino gráfico.” (Springer, 2012).

Los elementos básicos que componen una página Web y que deben ser tomados en cuenta a la hora de plantear un diseño apropiado son: El logo, la navegación, el contenido, pie de página y los espacios en blanco. Todos ellos *“se pueden organizar de millones de maneras, sin embargo, sólo unas cuantas de ellas funcionan”* (Beaird, 2007, traducción libre de la autora)

Resulta de vital importancia en el proceso de diseño, determinar como el usuario reacciona ante la composición visual que se ha escogido, su nivel de concentración frente al material y cómo éste se ve influenciado por las tendencias culturales o lo que está de moda. El contenido de una página Web no debe ser ofuscado por el exceso de recursos gráficos, por lo que los espacios en blanco cumplen la función de aligerar la carga de información.

Aspectos como el color, la tipografía, tamaño y orientación del texto deben ser considerados según normas y reglas estéticas que, aunque no estén escritas, son clave para que el producto final sea atractivo, funcional y moderno. Estos elementos le otorgan personalidad a la página Web y tienen la facultad de conducirla al éxito o al fracaso. El uso indiscriminado de color (como los demás recursos gráficos) restará concentración en el usuario final y no será posible destacar el mensaje que se desea transmitir.

El texto en el diseño Web ha evolucionado (al igual que la mayoría de los otros elementos) en función a la usabilidad. Originalmente contábamos con texto de tamaño considerable, que a medida que se fueron introduciendo avances en el diseño, se volvieron paulatinamente más pequeños. Sin embargo, actualmente es prácticamente una norma utilizar texto grande, fácil de leer y con énfasis en las palabras o frases más importantes. (Fajardo, 2009)



Apple.com/iMac/, ejemplo de fuentes grandes en una página Web.

Si bien existen libertades para los creadores a la hora de diseñar su página Web, debe tomar siempre en cuenta los criterios utilizados no solo para lograr la mejor apariencia sino para que el resultado sea una lectura cómoda y eficaz. A continuación se presentará otro elemento de gran importancia al momento de desarrollar un sitio Web: El posicionamiento en los motores de búsqueda.

Posicionamiento en buscadores (SEO)

Una vez creada la página Web y puesta en funcionamiento, el creador se enfrenta a un nuevo desafío: dar a conocer su creación. *“El principal problema de un*

sitio Web nuevo, es que los motores de búsqueda no tienen conocimiento de su existencia” (Wall, 2005). El usuario al no saber de la existencia de este nuevo sitio, realizará una búsqueda a través de los motores destinados para ello, por lo que es necesario no solo figurar en el listado sino tener una buena posición en el resultado de la búsqueda.

La optimización o posicionamiento en motores de búsqueda (SEO por sus siglas en inglés, Search Engine Optimization), hace referencia a un conjunto de técnicas utilizadas en función de garantizar la visibilidad de un sitio Web en los resultados arrojados por los buscadores. Si el sitio Web aparece dentro de las primeras posiciones en los listados, esto traerá como consecuencia una mayor cantidad de visitantes y el contenido logrará un mayor alcance.

La forma en como se presentan los listados luego de realizada la búsqueda, también ha evolucionado. En la actualidad, se agregan elementos como negocios, imágenes, noticias, y algunos de estos se sitúan incluso antes de los resultados, por lo que la posición del sitio consultado varía. Lograr un posicionamiento en los primeros lugares del listado es un proceso que requiere constancia, trabajo y paciencia. Un contenido original, llamativo y organizado son aspectos claves para conseguir dicho cometido.

Internet significa una revolución a gran escala en el proceso de la Comunicación Social y no solo los medios de comunicación se han visto en la necesidad de adaptarse a los requerimientos de esta nueva era. La formación académica de los profesionales en el medio juega un papel fundamental en la creación de comunicadores eficientes con la capacidad de enfrentarse exitosamente a las exigencias de la carrera en constante evolución.

4. Escuelas de Comunicación Social en Venezuela y su presencia en la Web

En Venezuela, hasta el año 2010 existían 15 universidades en el territorio nacional que ofertaban la carrera de Comunicación Social a nivel de licenciatura, año en el cual una de estas universidades, la Universidad Santa Inés (estado Barinas) fue nacionalizada por orden de quien fuera para entonces el presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez. Para efectos de la investigación del presente trabajo, se tomaron en cuenta las 14 universidades restantes que ofertan la carrera (ver Anexo A).

A través de un proceso de observación y documentación fue posible determinar que en su totalidad, las diferentes casas de estudio hacen uso de Internet

como herramienta para difundir información. En principio, todas las universidades hacen presencia en la Web por medio de portales propios a través de los cuales se pueden obtener datos como ubicación, carreras que ofertan, perfil del egresado, entre otros.

Todas las escuelas de Comunicación Social cuentan con espacios en los diferentes portales de cada universidad a la que pertenecen. Sin embargo, la mayoría son de carácter estático por cuanto el contenido publicado no puede ser modificado o ampliado por el estudiante. También se pudo observar que las páginas Web de cada escuela, no cuentan con enlaces que re direccionen hacia las otras escuelas, por lo que el estudiante, por lo general, solo se informa sobre los acontecimientos relacionados a la universidad a la que pertenece.

Esto genera un nivel de interacción entre los estudiantes de cada escuela bastante reducido, a excepción de los casos donde existe amistad entre unos y otros o situaciones puntuales que requieran obtener información, como el proceso de investigación para la redacción de la tesis de grado.

Además de la presencia en los portales Web, las escuelas de Comunicación Social hacen uso de las redes sociales, en especial Facebook y Twitter, de forma que los estudiantes logren mantenerse informados a través de publicaciones frecuentes. En el caso de Facebook, existen diferentes grupos relacionados a la carrera cuya función varía dependiendo de sus administradores, encontrándose así grupos creados por los Centros de Estudiantes, egresados de la escuela, participantes de una materia en curso, etc.

De igual forma, se pudo observar que la participación en general de las Escuelas de Comunicación Social del país en la utilización de medios de comunicación digitales, en específico prensa, radio y TV por internet, es aún escasa, sobre todo en cuanto a la realización y difusión de contenidos producidos por los estudiantes de la carrera.

Sin embargo, existen casos como el de la Universidad Monteávila, en Caracas, que busca profundizar en el manejo de las herramientas y oportunidades comunicacionales que la tecnología pone a disposición para el desarrollo teórico-práctico del estudiante de Comunicación Social. Bajo este contexto, en febrero de 2012 se funda “Radio UMA”, un medio de comunicación digital a través del cual profesores y estudiantes producen programas de educación, información y

entretenimiento con el objetivo de *“promover la creatividad, excelencia académica y participación estudiantil”* (uma.edu.ve).

Así mismo, para noviembre de 2012 la Universidad Monteávila inaugura un estudio de Televisión Digital con el nombre de “UMA TV”. Al respecto, la profesora Mariella Goycochea, Coordinadora de Comunicaciones Internas de la UMA, comenta que con la apertura de este estudio *“los estudiantes podrán aprovechar mejor las prácticas de televisión, mientras que los profesores tendrán las instalaciones disponibles para profundizar en la práctica de la comunicación audiovisual”*. (Goycochea, M. 2012)

Para la redacción de este trabajo, también se investigó a la Universidad Central de Venezuela, siendo ésta el Alma Mater de la autora de la presente tesis de grado, al respecto de la utilización de los medios digitales y el aporte académico práctico que esto representa para sus estudiantes.

Con la finalidad de conocer la situación de la UCV frente a este tema, se entrevistó a la profesora Maribel Dam Tovar, Directora del Departamento de Información y Comunicaciones de la Universidad Central de Venezuela, instancia

responsable de las políticas informativas de la Universidad, la cual tiene a su cargo diferentes medios de comunicación tanto tradicionales como en formato digital.

Hora Universitaria es el órgano informativo oficial de la Universidad Central de Venezuela. El primer ejemplar del periódico circuló el 15 de diciembre de 1981 lo que se traduce como una labor informativa con 31 años ininterrumpidos de difusión. Así mismo, la UCV también contaba con el semanario “Correo Ucevista”, el cual se dejó de editar por razones presupuestarias.

En el campo de la Comunicación Audiovisual, la Dirección de Información y Comunicaciones de la UCV (DIC-UCV) en coproducción con El Rectorado y la Escuela de Comunicación Social, realiza un programa de Televisión llamado “UCV Tierra de Todos” transmitido por TVR a través de las señales de Directv (canal 119) e Intercable (canal 19), programa que también cuenta con su versión para la radio “UCV Tierra de Todos Radio” que se transmite por Radio Difusora Venezuela, circuito 790 am, así como por la red interna de la universidad.

¿Existe actualmente en la UCV un medio de comunicación social cuya programación esté al cargo de los estudiantes?

Ante esta interrogante, la profesora Maribel Dam señala lo siguiente:

Durante la gestión del Doctor París, nosotros (la Dirección de Información y Comunicaciones de la UCV) creamos un periódico dedicado a los estudiantes de la UCV que era “Tierra de Nadie”, el primer número salió en esta dirección y luego salieron 2 números más. Nosotros lo editábamos justo en el mes de noviembre, un poco para celebrar la semana del estudiante que era cuando hacíamos circular la publicación. Durante ésta gestión, se habló con el profesor Miguel Ángel Latouche, director de la Escuela de Comunicación Social, para que esto fuera una coproducción entre la DIC y la ECS. Habitualmente, la producción se hacía con estudiantes de la escuela quienes eran nuestros pasantes para entonces. Era necesario un tono juvenil, temas de impactos para la comunidad estudiantil y de alguna manera, vincularnos con ese target. Se nombró un comité editorial con estudiantes y profesores de la ECS al frente de la publicación, sin embargo, para nadie es un secreto la situación presupuestaria aquí en la UCV.

Los medios impresos son muy costosos y no contábamos con el financiamiento que nos permitiera seguir con el proyecto. Tuvimos un momento en el cual se contaba con el apoyo de patrocinantes, vendíamos espacios publicitarios, pero cada vez la situación se hizo más engorrosa en términos de presupuesto. Resultó muy cuesta arriba el procedimiento y los requerimientos que se exigen para tener anunciantes, por lo que se decidió evitar esa situación. (Maribel Dam Tovar, mayo 2013, comunicación personal).

De esta forma, la profesora Dam comenta que en virtud a la situación económica que enfrenta la UCV y el impacto que tienen los medios digitales en el proceso de la comunicación, la DIC decidió crear en abril de 2012, un órgano digital llamado “UCV Noticias” en un intento por “*romper con el yugo de la imprenta*”.

“La creación de este medio digital nos está permitiendo tener una interacción más directa y nutritiva con nuestros lectores. Con el sitio UCV Noticias, tenemos numerosas ventajas en materia de comunicación” (Maribel Dam Tovar, mayo 2013, comunicación personal).

Sin embargo, a pesar de las ventajas que aportan los medios digitales en cuanto al factor económico y los niveles de inmediatez e interacción en el proceso de la comunicación, existe una limitante en la Universidad Central de Venezuela (como en una gran parte de la sociedad) y es a la que la profesora Dam se refiere como “cultura de impresos”, es decir, *“una noticia que coloques en el sitio Web, con información en las redes sociales, además de envíos de correos y boletines electrónicos, si no aparece impresa en Hora Universitaria, pareciera que no existe”* (Maribel Dam Tovar, mayo 2013, comunicación personal).

5. Estudiantes de Comunicación Social

La formación de un periodista basada en la evidente evolución de la comunicación social, es fundamental no solo en el campo de los nuevos medios digitales, sino en la concepción de una nueva representación del quehacer periodístico. La preparación de los estudiantes de Comunicación Social en función a la incorporación de las nuevas tecnologías, así como la redefinición ideológica del comunicador, son elementos cruciales para la creación de un profesional instruido que sepa desenvolverse con éxito en esta sociedad de la información.

Con el fin de efectuar un análisis sobre la necesidad de una mayor instrucción en el campo de las comunicaciones digitales, se realizaron un conjunto de entrevistas referenciales a un grupo de estudiantes de Comunicación Social de diferentes universidades en el país, (información que será ampliada en el próximo capítulo del presente trabajo, titulado: Marco Metodológico), donde se demostró que para el futuro comunicador es trascendental el dominio de las nuevas tecnologías y que en el caso de no ser abordadas con amplitud en sus casas de estudio, para muchos es necesaria la búsqueda de métodos alternativos para la obtención del conocimiento.

Esta entrevista también reflejó como para muchos estudiantes aún es desconocido el campo laboral que sugiere la formación de un periodista integral. Señala una de las entrevistadas que “*aunque el periodismo digital es sumamente interesante, en su mayoría es tomado como un pasatiempo y no como un trabajo profesional.*” Sin embargo, otro de los entrevistados asegura que, no obstante los medios de comunicación digitales no cuentan con el grado de aceptación que los medios tradicionales, no cabe duda de que “para allá vamos.”

La profesora Zinnia Martínez de la cátedra de Periodismo Interactivo dictada en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, en una entrevista realizada por la Licenciada Ingrid Valero para su Trabajo de Grado titulado *Perfil del periodista digital en medios de comunicación venezolanos* (2009), comenta al respecto un fenómeno observado en sus estudiantes que ha de llamar la atención y es el hecho de que a pesar de que éstos utilizan la Internet como principal medio para mantenerse informados, no relacionan el ejercicio de la profesión con el mundo digital.

Desde el primer día les pregunto a mis estudiantes cómo se informan, y todos lo hacen a través de internet. Ellos no leen periódico y, sin embargo, quieren trabajar para impresos. Lo que trato de dejar en evidencia es que ellos mismos lo que están leyendo es lo que se hace en

la Web, y sin embargo no quieren ser los que produzcan ese contenido. Es rarísimo pero así es, están acostumbrados a ser usuarios y no se dan cuenta de su propia actividad como comunicadores a través de internet. (Z. Martínez, citado por Valero, 2009).

La profesora Martínez comenta que pese a que esta tendencia continúa, a medida que pasan los años la situación va cambiando y el estudiante se muestra más entusiasta. Explica que el campo laboral de los medios impresos cada vez es más cerrado y que lo que está en ebullición son los medios digitales.

Al indagar a los estudiantes entrevistados sobre la utilidad de un medio digital que les permita expresarse y desarrollar sus aptitudes como comunicadores, éstos demostraron interés al considerarlo como un aporte que no solo promueve la interacción y participación, sino un canal para dar a conocer ese talento que muchas veces no sale del aula de clases mientras se es estudiante, gracias a la poca oferta en el mercado laboral de los medios convencionales.

CAPÍTULO III

Marco Metodológico

En el capítulo a continuación se explicará el conjunto de técnicas y procedimientos realizados durante la investigación efectuada que permitió desarrollar el presente trabajo de grado. En este aspecto, se expondrá el tipo y diseño de la investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos, población involucrada y finalmente un análisis de los resultados con la finalidad de determinar las necesidades de la comunidad que ha sido objeto de estudio, ofrecer soluciones a la problemática planteada y presentar la propuesta de un modelo operativo viable para su desarrollo.

Tipo y diseño de la investigación

Según el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales, “El Proyecto Factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales (...) El Proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades.” (Normas UPEL, 2006)

Bajo este contexto, **SomosRadio.net** es una propuesta enmarcada bajo el concepto de Proyecto Factible donde la creación de una Radio Web para estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas, busca servir como herramienta para la práctica, interacción y participación de la comunidad estudiantil.

Para llevar a cabo la realización de esta propuesta se han tomado una serie de técnicas propias al tipo de Investigación Documental, por cuanto ha sido necesaria la indagación teórica a través de material bibliográfico, reseñas, tesis, publicaciones que aborden el tema de los medios digitales y las transformaciones que ha presentado la comunicación social en general.

Del mismo modo, el proceso de recolección de datos a través de las entrevistas realizadas a los estudiantes de comunicación social, egresados, jefes de cátedra y profesionales de medios digitales, así como la observación directa y demás técnicas realizadas, corresponden al tipo de Investigación de Campo, que consiste en *“la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna.”* (Fidias, 1999)

El nivel de la investigación consiste en el grado de profundidad con el que se aborda el objeto de estudio, donde es necesario especificar si se trata de una investigación exploratoria, descriptiva o explicativa. (Fidias, 1999). De acuerdo con lo señalado por este autor, el actual proyecto presenta un nivel de investigación de tipo descriptivo, de modo que se realizó una selección de diversos conceptos, datos, grupos de personas y actitudes de las mismas para proceder a su análisis y determinar su comportamiento e implicaciones.

“En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga.” (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2006).

La propuesta de **SomosRadio.net** al ser concebida como “Proyecto Factible” no se desarrolla bajo los lineamientos de un único tipo en específico de investigación. Al respecto, Fidias (1999) aclara que: *“La modalidad de trabajo de grado o tesis denominada “Proyecto Factible” no constituye un tipo o diseño de investigación, sin embargo, para su formulación el tesista puede apoyarse en los diseños antes mencionados.”* (p. 22)

El Proyecto Factible comprende las siguientes etapas generales: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta; procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y la evaluación tanto del proceso como de sus resultados. (Normas UPEL, 2006)

Técnica de recolección de datos

De acuerdo con Sabino (1992) *“una vez obtenidos los indicadores de los elementos teóricos y definido el diseño de la investigación, se hace necesario definir las técnicas de recolección necesarias para construir los instrumentos que nos*

permitan obtener los datos de la realidad.” Estas técnicas se refieren a los medios utilizados en función de recolectar la información.

En primer lugar, uno de los medios empleados por la autora de este proyecto como técnica de recolección de datos, ha sido la observación. Se realizó un seguimiento del comportamiento de los estudiantes de Comunicación Social frente a las herramientas que ofrece la Web 2.0 en materia de comunicación. El uso de la Web y las redes sociales, en especial Facebook y Twitter, resultaron ser los medios preferidos por los estudiantes que buscaban mantenerse informados, gracias a la inmediatez característica de estos recursos.

La investigación documental efectuada, que se entiende como *“el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos”* (Normas UPEL, 2006), permitió recolectar información referente a las diferentes escuelas de Comunicación Social del país a través de sus portales en la Web, donde se determinó: Universidad a la que pertenece la escuela, ubicación, duración de la carrera, perfil del egresado y presencia en la Web. (Ver Anexo A)

Otra de las técnicas empleadas consistió en la realización de entrevistas, desde un enfoque cualitativo, dirigidas a los estudiantes y egresados de las escuelas de comunicación social con el fin de indagar sobre su nivel de preparación con respecto al uso de medios digitales y técnicas multimedia, el grado de satisfacción en cuanto a la carga académica que abarca contenido tecnológico y el interés por parte de los estudiantes frente a la creación de una Radio Web.

La Entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger información y la otra es la fuente de esas informaciones. (Sabino, 1992)

La entrevista se realizó de forma semiestructurada y con preguntas abiertas, de modo que el entrevistado contara con libertad de respuesta para exponer su opinión referente al tema tratado. Luego de la solicitud de identificación (nombre y apellido, universidad a la que pertenece, semestre en curso) los temas abordados fueron los siguientes (Ver Anexo B):

- Nivel de preparación académica que ofrece la casa de estudio a la que el entrevistado pertenece, en torno al manejo de medios de comunicación digitales.
- Existencia de espacios ofrecidos por la institución en donde desarrollar y poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera, en formato digital (prensa, radio, televisión por internet)
- Grado de interés por parte del estudiante frente a la creación de un medio de comunicación, en formato digital, y su disposición de participación.

Del mismo modo, se realizaron entrevistas dirigidas a profesionales del medio digital (caso “UCV Noticias”, portal informativo de la UCV y “UCV Tierra te todos” programa televisivo y radial) a través de las cuales fue posible determinar aspectos relacionados a la aceptación por parte de la audiencia, contrastes con los medios tradicionales a nivel de costos, funcionamiento y producción de contenidos.

Población y Muestra

El Diccionario de la Real Academia Española, en su referencia sociológica, define población como: *“Conjunto de los individuos o cosas sometido a una evaluación estadística mediante muestreo.”* En otras palabras, se trata del universo de

elementos (personas, cosas o instituciones) involucrados en la investigación, expresados a través de un subconjunto representativo o muestra. (Morles, 1994. Citado por Fidias 1999).

El tipo de muestra seleccionada por la autora del presente trabajo, corresponde al calificado como “Muestreo Intencional u Opinático” que según Fidias (1999) consiste en la “*selección de los elementos con base en criterios o juicios del investigador.*” (p. 24) y esto se debe a que el sujeto entrevistado debió cumplir con una serie de características expresadas de la siguiente forma:

- Edad mínima: 20 años.
- Estudiante de Comunicación Social
- El estudiante debe tener el 50% de la carrera cursada como mínimo. (De esta forma se contará con el testimonio de quienes hayan acumulado la experiencia que les facilite una opinión argumentada.)

El universo objeto de estudio en esta investigación, abarcó a los estudiantes de Comunicación Social en Venezuela que pertenecen a las 14 universidades del país donde se oferta la carrera. Como muestra representativa se escogieron a diez (10) estudiantes con el siguiente perfil:

NOMBRE	GRADO	UNIVERSIDAD
Fernando José Martínez Ponce	10mo Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Universidad Central de Venezuela
Stefania Potenza Monteagudo	Licenciada en Comunicación Social. Mención Artes Audiovisuales	Universidad Católica Andrés Bello
Ysabella Vargas	10mo Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Universidad Santa María
Lucero Fuentes	8vo periodo de Comunicación Social mención organizacional	Universidad Católica Santa Rosa
Christie Vallenilla	5to Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Universidad Bolivariana de Venezuela
Milagro Olivares	6to Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Universidad Del Zulia

En esta representación se muestra a un estudiante por universidad investigada, dando un total de seis (6) entrevistados. Para conocer el total de entrevistados y sus respectivas respuestas, ver anexo B.

Análisis de los resultados

Una vez culminado el proceso de recolección de datos, se procede al recuento e interpretación de los resultados el cual será representado por medio de la codificación que consiste en *“el proceso a través del cual las características*

relevantes del contenido de un mensaje son transformadas a unidades que permitan su descripción y análisis preciso.” (Hernández Sampieri et al. 2006)

Las entrevistas realizadas permitieron arrojar inferencias sobre la población objeto de estudio que para este proyecto, abarcó a los estudiantes de Comunicación Social del país, donde la finalidad consistía, en un primer aspecto, determinar el nivel de preparación que ofrecen las diferentes escuelas en relación al tema de los medios digitales.

Una muestra representativa compuesta por estudiantes que pertenecen a las escuelas de Comunicación Social de las universidades: Universidad Central de Venezuela, Universidad Católica Andrés Bello, Universidad Católica Santa Rosa, Universidad Santa María, Universidad Bolivariana de Venezuela y Universidad Del Zulia demostró que, en su mayoría, los estudiantes no se encuentran satisfechos con el abordaje que se le da a las comunicaciones digitales dentro del pensum de estudios.

A través de un proceso de categorización de las diferentes respuestas obtenidas, éstas se agrupan en unidades que simplificaremos en: Eficiente, Regular y

Deficiente, con la finalidad de lograr una imagen representativa del patrón observado sobre el objeto de estudio.



A la muestra seleccionada, que reunió a diez (10) estudiantes (regulares y egresados) de Comunicación Social, se les realizó la siguiente pregunta: ¿Consideras eficiente la preparación que ofrece tu escuela en materia de Medios Digitales? Del 100% de los entrevistados, el 70% expresó no sentirse satisfechos con la educación recibida sobre la comunicación digital, señalando aspectos como la falta de un pensum de estudios actualizado que se enfoque hacia los cambios del quehacer periodístico con la llegada de las nuevas tecnologías. Un 20% consideró regular la preparación obtenida a través de sus casas de estudios y solo una estudiante, representando el 10% de los entrevistados, afirmó sentirse a gusto con la educación

recibida, sin embargo, señala que siempre será pertinente la búsqueda de información adicional para mantenerse actualizado.

Con el objetivo de conocer el grado de interés demostrado por los estudiantes de comunicación social frente a la creación de un medio digital que sirva para la práctica, interacción y participación de la comunidad estudiantil, se les realizó la siguiente pregunta: ¿Consideras necesaria la creación de un medio digital en donde los estudiantes de Comunicación Social puedan desarrollar su aprendizaje? Y, de existir este medio, ¿te gustaría participar?

Ante esta interrogante, el 90% de los entrevistados se mostraron entusiastas de cara a la propuesta de un medio de comunicación en formato digital hecha por estudiantes de comunicación social. Una de las entrevistadas, representando el 10% de la muestra, comenta no saber si es necesaria la creación de este medio pero que sin duda, hace falta una mayor instrucción al respecto.

CAPÍTULO IV

SomosRadio.Net

Con el objetivo de crear un espacio para la interacción, participación y desarrollo profesional de los estudiantes de Comunicación Social, nace la propuesta de SomosRadio.net. Una Radio Web que se ofrece a los estudiantes bajo la concepción de un *Laboratorio de aprendizaje*. En el presente capítulo, se explicará en qué consiste la propuesta y se describirán aspectos como diseño, estructura y futuro funcionamiento.

La Propuesta

¿Qué es SomosRadio.Net?

El proyecto de SomosRadio.net consiste en una Radio Web, hecha por estudiantes de Comunicación Social de las distintas Escuelas del país. Bajo la concepción de Medio de Comunicación Digital y aprovechando las ventajas que ofrece la internet, esta radio también estará en la capacidad y disponibilidad de incluir programación producida por estudiantes de la carrera que residan fuera de Venezuela a modo de reunir las experiencias y conocimientos de toda la comunidad radiodifusora de habla hispana.

Además, será bienvenido el aporte que deseen incluir todos los egresados de la carrera así como profesores y profesionales del medio quienes se encuentren interesados en la práctica y difusión de contenido radiofónico digital a nivel mundial. SomosRadio.net es un medio de comunicación que reúne talentos, vivencias, dedicación y compromiso aunado a la pasión de hacer radio.

Objetivos de SomosRadio.Net

El objetivo principal de esta propuesta es la creación de un medio de comunicación que permita la práctica radiofónica flexible e interactiva, con la finalidad de complementar la formación académica del estudiante de Comunicación Social en cuanto al manejo y producción de medios digitales. Se busca establecer un espacio que no solo contribuya al fortalecimiento del conocimiento en su fase práctica, sino que, además, se convierta en un recurso para potenciar la eficiencia y el dominio del estudiante de frente a las nuevas estrategias comunicacionales.

Como un segundo objetivo, no menos importante, está el de informar y entretener a los usuarios que visiten el portal, a través de una programación variada, dinámica y actualizada que aborde temas de interés para la comunidad estudiantil así como también noticias referentes al mundo de la música, el cine, el deporte y las relaciones interpersonales, todo con un estilo alegre y juvenil con el cual se identifique la audiencia para de esta forma lograr mantener su constancia y preferencia.

Misión y Visión

La misión de este portal radial consiste en la formación de un comunicador integral, capaz enfrentarse a los retos que demanda el ejercicio fundamental de la profesión en el marco de la constante evolución de las tecnologías de la información, en específico, enfocado a la producción radiofónica en formato digital. Además, busca fomentar la participación e interacción de la comunidad estudiantil donde la noción general no implique separaciones ideológicas, religiosas, ni de cualquier otro índole. Se trata de unificar una gran comunidad por afinidad donde todos, somos radio.

SomosRadio.Net busca situarse como la emisora radial en la Web preferida por los estudiantes de Comunicación Social, egresados, profesores y todo el público en general, que gracias al resultado del desempeño y dedicación de sus responsables se convierta en la referencia por excelencia a la comunicación digital, en función a la calidad del trabajo realizado. Del mismo modo, se apuesta al incremento significativo en la cantidad de estudiantes eficazmente preparados gracias a su experiencia como parte del equipo de la emisora, obteniendo como resultado un profesional capacitado para ejercer plena y satisfactoriamente la carrera.

¿A quién va dirigida la emisora?

SomosRadio.net es una emisora apta para todo público y visto que será transmitida vía Internet, una plataforma altamente accesible, es posible contar con audiencia proveniente de cualquier parte del mundo. Sin embargo, siendo una emisora conformada en su mayoría por estudiantes universitarios, se espera un público cautivo entre los 18 y 35 años de edad, no significando éste un aspecto excluyente. La programación de SomosRadio.net está especialmente diseñada para que jóvenes y adultos se mantengan entretenidos e informados sin importar sexo, edad o instrucción académica.

Equipo de trabajo

La emisora contará con un equipo de productores independientes y escritores quienes se encargarán del mantenimiento, operatividad y contenidos del sitio Web, un grupo de locutores (certificados o no) encargados de la conducción de los programas y que, a su vez, están en la capacidad de sugerir asistentes para la producción de contenidos o edición de audio según lo amerite el caso. Un Gerente General quien dirija la radio y un encargado de compras y ventas para la publicidad de la emisora.

Composición de SomosRadio.net

El contenido programático de SomosRadio.net abarca formatos que incluyen: micros, charlas, radio revistas, diálogo, programas especializados y documentales con la finalidad de ofrecer una programación variada y entretenida, que satisfaga los diferentes gustos y exigencias de la audiencia.

A continuación se presentará sin ningún orden de relevancia, la programación que se transmitirá por SomosRadio.net, esto sujeto a la posible modificación de los programas planteados en función al nivel de receptividad y la incorporación de nuevo material. Además, se insertarán una serie de micros durante la programación que contendrán información variada sobre tecnología, música, internet, entre otros.

- ***Habla la Uni:*** Programa de opinión que abarca el acontecer noticioso universitario y de interés tanto para estudiantes como para profesores. Se incluyen entrevistas, charlas e información general que atañan a las universidades, en Venezuela y en el exterior.
- ***Cinéfilos:*** Programación dedicada a la crítica, recomendación y noticias en general sobre el mundo del cine.

- ***Somos Deporte:*** Programa especializado en el mundo deportivo, tanto nacional como internacional. Se incluyen entrevistas y opiniones de los expertos.

- ***Entre Otras Cosas:*** Bajo el concepto de Radio Revista, este es un programa que aborda temas como: Salud y bienestar, tecnología, artes y espectáculos, relaciones interpersonales y la música del momento.

- ***Gamers:*** Programación dedicada a lo nuevo, lo clásico, lo que es recomendado y lo que no en el mundo de los videojuegos, realizado por fanáticos para fanáticos.

- ***Punto de Encuentro:*** Programa donde se ofrecerá información y recomendaciones sobre los mejores lugares para visitar: Restaurantes, clubes, salas de teatro, etc. Y para los viajeros, los mejores destinos turísticos.

- ***Sonando Duro:*** Programa musical con las canciones más sonadas en la Radio durante la semana, a transmitirse los días sábados y domingos.

- ***Cátedra Rock:*** Las bandas más emblemáticas en la historia del rock. Conciertos, noticias, datos curiosos y lo mejor de la movida.
- ***Somos Música:*** Transmisión de música durante el espacio libre entre un programa y otro.

Cabe señalar que la propuesta de SomosRadio.net, bajo su concepción de proyecto factible, es decir, un modelo viable para su desarrollo, necesitará de un ente patrocinador (persona física o jurídica) que lo adopte para su futuro funcionamiento.

Estructura Programática

La siguiente estructura se presenta según los horarios: Matutino, vespertino y nocturno acorde al país de donde parte la señal de origen, Venezuela:

Lunes a Viernes	Sábados	Domingos
<i>Matutino</i>		
7:00 a 7:15 am Somos Música	7:00 a 9:00 am Somos Música	7:00 a 9:00 am Somos Música
7:15 a 9:00 am Entre Otras Cosas	9:00 a 9:15 am Micros y Publicidad	9:00 a 9:15 am Micros
9:00 a 9:15 am Micros y Publicidad	9:15 a 11:00 am Sonando Duro	9:15 a 11:00 am Sonando Duro (Repetición)
9:15 a 11:00 am Habla la Uni	Somos Música	Somos Música
11:00 a 11:15pm Somos Música	Somos Música	Somos Música
11:15 a 1:00pm Somos Música	Somos Música	Somos Música
<i>Vespertino</i>		
1:00 a 1:10 pm Micros y Publicidad	1:00 a 1:10 pm Micros y Publicidad	1:00 a 1:10 pm Micros y Publicidad

1:10 a 3:00 pm Somos Deporte	1:10 a 3:00 pm Entre Otras Cosas	Somos Música
3:00 a 3:15 pm Somos Música	3:00 a 3:15 pm Somos Música	Somos Música
3:15 a 5:00 pm Cinéfilos	3:15 a 5:00 pm Somos Deporte	3:15 a 5:00 pm Habla la Uni
5:00 a 5:15 pm Somos Música	5:00 a 7:00 pm Somos Música	Somos Música
5:15 a 7:00 pm Gamers	Somos Música	Somos Música
<u>Nocturno</u> 7:00 a 7:15 pm Micros	7:00 a 9:00 pm Gamers	7:00 a 9:00 pm Cinéfilos
7:15 a 9:00 pm Punto de Encuentro	9:00 a 9:15 pm Micros	9:00 a 9:15 pm Micros
9:00 a 9:15 pm Somos Música	9:15 a 11:00 pm Cátedra Rock	9:15 a 11:00 pm Cátedra Rock (Repetición)

9:15 a 11:00 pm Cátedra Rock	11:00 pm a 1:00 am Somos Música	11:00 pm a 1:00 am Somos Música
11:00 pm a 1:00 am Gamers (Repetición)	Somos Música	Somos Música
1:00 a 3:00 am Somos Música	Somos Música	Somos Música
3:00 a 5:00 am Somos Música	Somos Música	Somos Música
5:00 a 7:00 am Somos Música	Somos Música	Somos Música

El contenido programático de SomosRadio.net tal como se ha planteado en el horario propuesto, conserva varios espacios libres donde solo se colocará música (espacio denominado Somos Música), esto debido a la falta de propuestas sobre nuevo material que, siempre que se relacione con el estilo y misión de la radio, de llegarse a implementar la emisora en Internet serán distribuidos acorde a su contenido en la programación de la emisora.

Del mismo modo, algunos de los programas se transmitirán en vivo y otros en modo de repetición, para abarcar el público que se conecta a la Web en diferentes horarios, así como también el itinerario que corresponde desde la 1:00 am hasta las 7:00 am estará disponible para futuras propuestas que bien pueden ser grabadas o en vivo si provienen de diferentes países.

Secciones de SomosRadio.net

La página principal de SomosRadio.net contendrá una serie de vínculos y secciones con la finalidad de ofrecerle a los visitantes de la radio toda la información referente a la programación, quienes la conforman, mecanismos de contacto, noticias más relevantes y un enlace para escuchar la radio en vivo.

Como se mencionó anteriormente, la propuesta de SomosRadio.net dependerá de un patrocinador que la adopte para su puesta en marcha a través de la Web. Por esta razón, la autora de esta tesis no contratará el servicio necesario ni hará uso del software indicado para la transmisión de streaming de audio en vivo. Dicho esto, se entiende que el enlace que se encontrará en la página principal invitando a escuchar la radio en vivo, será un vínculo simulado. En sustitución, a modo ilustrativo se grabará un demo que contendrá fragmentos de la programación sugerida para la radio.

A continuación se presentarán las secciones que conforman la página principal de SomosRadio.net:

Inicio: SomosRadio.net comienza su presentación a través de un diseño interesante con el uso del color verde en contraste con el negro donde en primer lugar, se ofrecen los enlaces para acceder a las siguientes opciones: Señal en Vivo, Programación, Multimedia y Contacto.

Programación: En esta sección se encontrará la información referente a los horarios y nombres de los programas que conforman la programación de la emisora. Los mismos estarán divididos en bloques según corresponda al horario Matutino, Vespertino y Nocturno.

Multimedia: Esta sección estará dedicada al alojamiento de imágenes, videos y archivos de audio que complementen el trabajo realizado por los productores; entrevistas, eventos y datos de interés.

Quiénes Somos: Aquí se ofrecerá un breve resumen sobre el concepto, misión y visión de la radio.

Contacto: En esta sección, los visitantes de la página Web podrán comunicarse vía correo electrónico con los locutores del programa de su preferencia, la Gerencia y equipo de trabajo en general, así como también enviar comentarios, solicitudes, sugerencias e incluso nuevas propuestas para la programación de la radio.

La página principal es la más importante del sitio Web. Es aquí donde el visitante encontrará las diferentes secciones y enlaces que lo dirigen a través del contenido y programación de la emisora, así como también los mecanismos de interacción social mediante enlaces a las cuentas en las redes sociales vinculadas a la radio: Facebook, Twitter y Google plus.

Cuando el usuario accede a la página principal, se encuentra con una exposición de fotos presentadas a través de una galería de imágenes desplazables las cuales hacen referencia a las noticias actualizadas y de interés que han sido desarrolladas en el Blog de la página.

Seguidamente se presentan tres (3) enlaces presentados en forma de cuadros los cuales están vinculados según su contenido con las siguientes opciones: Visita Nuestro Blog, Escúchanos en Vivo, y Locutores. Por razones de restricción

económica y falta de tiempo, como se explicó anteriormente, el enlace a “Escúchanos en Vivo” estará únicamente simulado, en espera de la contratación del servicio para la transmisión de streaming de audio a tiempo real.

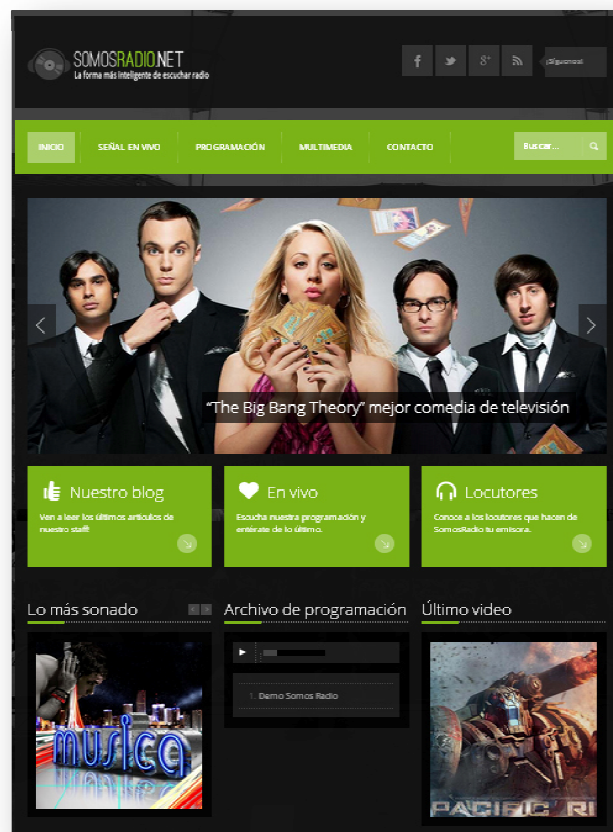
De igual forma, el enlace a “Locutores” estará a la espera de la conformación del equipo de locutores quienes estarán al cargo de la conducción de la programación anteriormente señalada, para su puesta en funcionamiento. En éste vínculo, se le ofrecerá al usuario un resumen del perfil de los locutores acompañado de fotos y medios de contacto que éstos ofrezcan al público.

A medida que el usuario se desplaza por esta primera página, también encontrará los enlaces a “Lo más sonado”, “Archivo de Programación” y “Último Video” cuya información estará ampliada en la sección “Multimedia” al comienzo de la página. La idea es que el público reciba todo el contenido que ofrece la emisora de forma variada y pueda acceder a ella por la vía de su preferencia.

El enlace de “Archivo de Programación” permitirá la opción de escuchar la programación bajo el horario predilecto del usuario que por razones de itinerario, ubicación geográfica o de cualquier índole no haya podido escuchar la transmisión en

vivo. Aquí se almacenarán no solo programas o fragmentos del mismo que sus conductores consideren más relevantes, sino también podrán alojarse entrevistas en audio, material promocional y demás contenido que según el criterio del equipo de trabajo y las peticiones del público, estén disponibles para su reproducción.

Página principal: presentación de las secciones



Diseño de SomosRadio.Net

El diseño que se ha escogido por la autora del proyecto, responde a las tendencias observadas en las diferentes páginas Web existentes cuyo contenido es esencialmente dirigido a público joven y activo, relacionado con la era digital y la modernización del proceso de comunicación.

A la hora de escoger un diseño que sea atractivo y se adapte al cometido del sitio, se ha mantenido como norma respetar los aspectos de usabilidad en la página Web. En función a ello, se ofrece una estructura sencilla y organizada del menú de opciones y de la página en general que permita a los usuarios una fácil lectura y acceso al contenido.

La utilización de los colores y contrastes que intervienen en la página Web, así como la tipografía, el tamaño de las fuentes, los recursos multimedia y la distribución de los contenidos son aspectos que han sido planeados en función a una navegación cómoda, donde el usuario encuentre fácilmente lo que busca y el resultado sea una presentación visualmente agradable para el público.

Logotipo



RGB #7ab317

El logotipo de SomosRadio.net responde a la combinación entre la muestra de una imagen que identifique su carácter musical (simbolizado por un disco de vinil y unos audífonos) y el uso de tipografía sencilla donde el nombre de la emisora y el slogan se puedan leer claramente: SomosRadio.Net *La forma más inteligente de escuchar radio.*

En cuanto a la tipografía utilizada, el tamaño de la fuente y el color predominante en la página Web, se buscó realizar la mejor selección en función de la comodidad del usuario así como las tendencias mas utilizadas en el diseño Web.

Tipografía

En la búsqueda de una fuente que resultara limpia, moderna y que facilite la lectura del texto en la página Web, se utilizó el tipo de letra sans serif “Open Sans”, la cual está diseñada especialmente para la legibilidad en impresión, Web y en interfaces de dispositivos móviles. (Opensans.com)

Tomando en cuenta la variedad de navegadores y de sistemas operativos al alcance de los usuarios, está previsto que en caso de no disponer de la fuente utilizada, el sitio escoja una lo bastante similar, que podría ser **Verdana** o **Arial** ya que no poseen serifas que distorsionen el texto.

SOMOSRADIO.NET

Tamaño de la Fuente

Para el menú de secciones en la página de inicio se seleccionó una fuente amplia a un tamaño de 14 píxeles, de modo que el usuario visualice de manera fácil las diferentes opciones. En el desarrollo de las entradas en la sección de “Nuestro Blog”, el tamaño de las letras es de 13 píxeles en color blanco resaltadas en **Bold** (negrita) sobre un fondo negro y cada título con un tamaño de 26 píxeles.

Color

Investigando sobre las propiedades que poseen los colores y el impacto visual, así como emocional, que producen las distintas gamas y sus combinaciones, se encontró que tanto los colores fríos (verde, azul, azul verdoso, violeta, cian y celeste) como también los cálidos (amarillo, rojo, naranja y púrpura) están relacionados no únicamente con el impacto a nivel visual del ojo humano, sino con las reacciones anímicas, al menos temporales, de la persona que se encuentra expuesta a ellos.

Los colores fríos por lo general dan sensación de tranquilidad y serenidad. Por su parte, los colores cálidos inspiran alegría y dinamismo. Un aspecto necesario a considerar es el grado de luminosidad que poseen los colores y la reacción que esto provoca en la percepción. Dependiendo del aumento o disminución de luminosidad en todo el círculo cromático, se obtienen resultados interesantes en la psicología del espectador:

“Los colores claros inspiran limpieza, juventud, jovialidad, como ocurre con amarillos, verdes y naranjas, mientras que los oscuros inspiran seriedad, madurez, calma, como es el caso de los tonos rojos, azules y negros” (abcdiseño.com/teoria-del-color/)

En función a lo señalado es que se escoge el color RGB #7ab317 resultando este verde luminoso como tono predominante en el diseño de la página Web de SomosRadio.net, en la búsqueda de infundir esa sensación de juventud y alegría gracias a sus propiedades cromáticas y que a su vez es relacionado con el espíritu de libertad y modernidad con el que cuentan las tendencias digitales.

Página Principal

SOMOSRADIO.NET
La forma más inteligente de escuchar radio

BIOD SEÑAL EN VIVO PROGRAMACION MULTIMEDIA CONTACTO Buscar...

Cybergoth: Una cultura cibernética y ambientalista

Nuestro blog
Ven a leer los últimos artículos de nuestro sitio

En vivo
Escucha nuestra programación y entrate de lo último.

Locutores
Conoce a los locutores que hacen de SomosRadio tu emisora.

Lo más sonado Archivo de programación Último video

Desde el blog

Facebook se adueña de Android
Mark Zuckerberg presentó "Home", una aplicación (app) que le permitirá adueñarse de los dispositivos...

¡Nuevo Lanzamiento! The Elder Scrolls: Online
Entre las muchas propuestas que saldrán a la venta este año para que tú lo saques...

No Doubt cancela su gira para grabar nuevo disco
La banda ha decidido entrar al estudio antes de subir a los escenarios. El...

Profesores universitarios piden limosnas en Quinta Crespo
Los profesores universitarios junto al personal obrero y administrativo de todas las universidades del...

Sobre nosotros
SomosRadio.net es una radio web hecha a tu estilo. Nuestro objetivo es mantenerte informado y entretenido a través de una programación variada e interesante, con noticias de tu interés y acompañado siempre de la mejor música. Más información...

Desde el blog
Facebook se adueña de Android
¡Nuevo Lanzamiento! The Elder Scrolls: Online
No Doubt cancela su gira para grabar nuevo disco
Condena de Aerosmith en Venezuela...

Últimas fotos
STAY WITH ME
STAY WITH ME

Últimos tweets
...programación...
...programación...
...programación...

Programación

En esta sección se presentará la estructura programática de la emisora, con los horarios y nombres de cada programa acorde a la hora venezolana. Los usuarios que residan en el extranjero podrán hacer el cálculo según la diferencia horaria entre su país de origen y Venezuela. En caso de no poder escuchar la programación en vivo, en esta sección, así como también en la página de inicio, el usuario encontrará un vínculo para acceder al Archivo de Programación donde se alojarán programas, micros y demás contenido auditivo que el equipo de trabajo considere pertinente.

A continuación la presentación de la página de Programación:

Página de Programación

SOMOSRADIO.NET
La forma más inteligente de escuchar radio

Inicio | Señal en vivo | **PROGRAMACIÓN** | Multimedia | Contacto | Buscar...

Programación

	7:00am a 9:00am	9:00am a 11:00am	11:00am a 1:00pm
Lunes a Viernes	7:00am a 9:00am Entre Otras Cosas	9:00am a 11:00am Habla la Uni	11:00am a 1:00pm Somos Música
	1:00pm a 3:00pm Somos Deporte	3:00pm a 5:00pm Cinéfilos	5:00pm a 7:00pm Gamers
	7:00pm a 9:00pm Punto de Encuentro	9:00pm 11:00pm Cátedra Rock	11:00pm a 1:00am Gamers Repetición
Sábados	7:00am a 9:00am Somos Música	9:00am a 11:00am Sonando Duro	11:00am a 1:00pm Somos Música
	1:00pm a 3:00pm Entre Otras Cosas	3:00pm a 5:00pm Somos Deporte	5:00pm a 7:00pm Somos Música
	7:00pm a 9:00pm Gamers	9:00pm 11:00pm Cátedra Rock	11:00pm a 1:00am Sonando Duro Rep.
Domínigos	7:00am a 9:00am Somos Música	9:00am a 11:00am Sonando Duro	11:00am a 1:00pm Somos Música
	1:00pm a 3:00pm Punto de Encuentro	3:00pm a 5:00pm Habla la Uni	5:00pm a 7:00pm Somos Música
	7:00pm a 9:00pm Cinéfilos	9:00pm 11:00pm Cátedra Rock Rep.	11:00pm a 1:00am Gamers Rep.

A partir de la 1:00am escúcha la mejor música de la radio.

Entradas recientes

- > Facebook se adapta de Android
- > ¡Nuevo Lanzamiento! The Bow Sells: Online
- > No Doubt cancela su gira para grabar nuevo disco
- > Concierto de Aerosmith en Venezuela, septiembre 2013
- > Profesores universitarios piden limosnas en Quinta Grego

Archivos

- > mayo 2013

Categorías

- > Multimedia
- > Sin categoría

Multimedia

La siguiente sección en la barra de menú, ha sido denominada Multimedia y corresponde al contenido que ofrece la página Web donde el usuario encontrará archivos de imágenes (fotografías) y videos con la finalidad de complementar la información suministrada en cada programación así como también material audiovisual que se adapte al estilo de la radio. Cuando el usuario accede a la sección Multimedia, encontrará una lista de las últimas publicaciones presentada de la siguiente forma:



Contenido de las entradas en la sección Multimedia

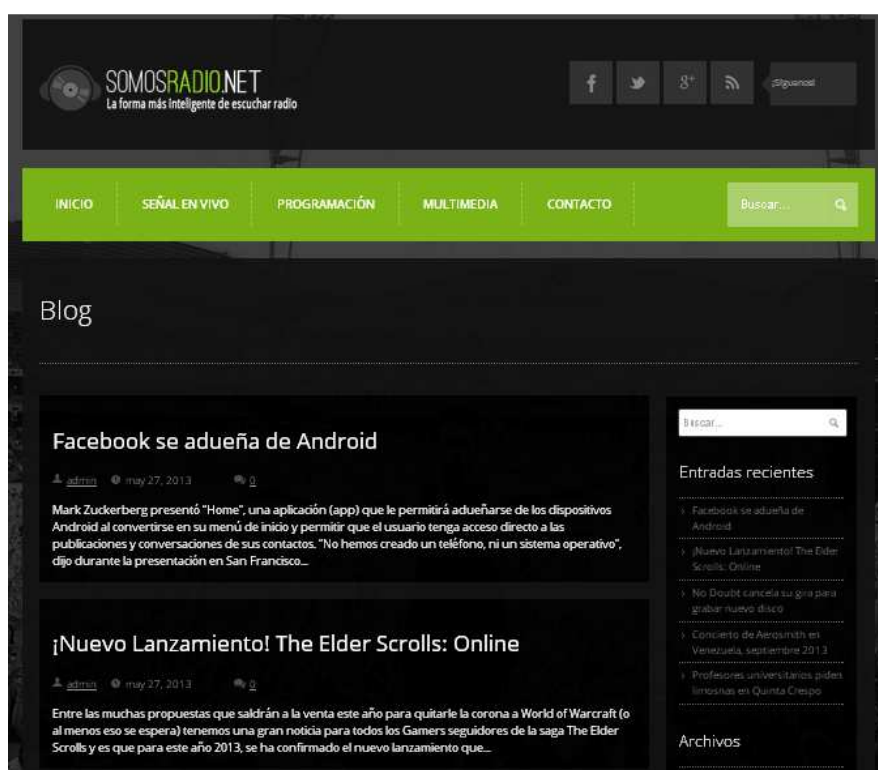
The screenshot shows the website SOMOSRADIO.NET with the tagline "La forma más inteligente de escuchar radio". The navigation menu includes Inicio, Señal en vivo, Programación, Multimedia, and Contacto. The main content area is titled "NUESTRO BLOG" and features three video entries:

- Pacific Rim, lo nuevo de Warner para la gran pantalla**
Published by admin on May 21, 2013.
Description: Películas de ciencia ficción que nos muestran tecnologías del futuro y gadgets fantásticos. Estos son los próximos estrenos.
Video: Pacific Rim - Official Main Trailer [HD]
- Agents of S.H.I.E.L.D. Official Trailer**
Video: Agents of S.H.I.E.L.D. Official Trailer
- Riddick**
Description: Vin Diesel vuelve a la pantalla, esta vez sin un auto rápido ni furioso, sino como Riddick en esta tercera película de la serie de ciencia ficción Pitch Black. El estreno está fijado para septiembre.
Video: Riddick - Debut Trailer

On the right side, there are sidebar widgets for "Entradas recientes" (listing Facebook, Blu-ray, and Double Cinema), "Archivos" (listing May 2013), "Categorías" (listing Multimedia and Sin categoría), and "Meta" (listing RSS feeds and WordPress.org).

Nuestro Blog

En esta sección serán publicadas noticias de actualidad que complementen la información ofrecida en cada programación así como también textos libres que el equipo de trabajo desee compartir. El desarrollo de las entradas en la Sección Multimedia también estará alojado en esta sección y el usuario tendrá la opción de comentar cada publicación en un campo dispuesto para ello. Al acceder a esta sección se mostrará una lista de las entradas más recientes de la siguiente forma:



Entrada individual en la sección Nuestro Blog

SOMOSRADIO.NET
La forma más inteligente de escuchar radio

Inicio SEÑAL EN VIVO PROGRAMACIÓN MULTIMEDIA CONTACTO

NUESTRO BLOG

No Doubt cancela su gira para grabar nuevo disco

La banda ha decidido entrar al estudio antes de subir a los escenarios.

El disco Push and Shove que marcó el regreso de No Doubt el año pasado fue uno de los más esperados... Pero si no les pareció suficiente, habrá más...

El grupo conformado por Gwen Stefani, Tom Dumont, Tony Kanal y Adrian Young, emitió un comunicado a través de su página oficial de Facebook indicando la decisión de cancelar la gira que estaban planeando...

¿La razón?, grabaran un nuevo álbum...

"En diciembre hablamos de la idea de empezar el 2013 metiéndonos al estudio. Lo hicimos en enero y la nueva música comenzó a fluir con facilidad inesperada. Después de tres años grabando el álbum anterior, este nuevo ritmo se siente increíble", escribió Gwen.

Los californianos tenían diez años sin estrenar un material musical.

"Hemos decidido seguir a nuestra musa por el momento y centrarnos en esta nueva música que no queremos detener. Entonces, vamos a posponer brevemente nuestro viaje previsto, mientras nos esforzamos por crear algo especial e inspirador. Nuestro objetivo como grupo es compartir esta nueva música con ustedes tan pronto como sea posible, tanto grabada como en vivo durante la gira", continúa en el comunicado.

Tienen que estar planeando una obra maestra para justificar la decisión... ¡Ya queremos escucharlo!

Fuente: laeonline.com

admin

Leave A Reply

Your name: Your email: Your website:

Comment:

Sobre nosotros

SomosRadio.net es una radio web hecha a tu estilo. Nuestro objetivo es mantenerte informado y entretenido a través de una programación variada e interactiva, con noticias de tu interés y acompañado siempre de la mejor música. [Más información aquí.](#)

Desde el blog

- Facebook se adapta de Android (Nuevo Lanzamiento) The Elder Scrolls: Online
- No Doubt cancela su gira para grabar nuevo disco
- Concierto de Aerosmith en Venezuela, septiembre 2013
- Profesores universitarios piden mejoras en Quinta Crespo

Últimas fotos

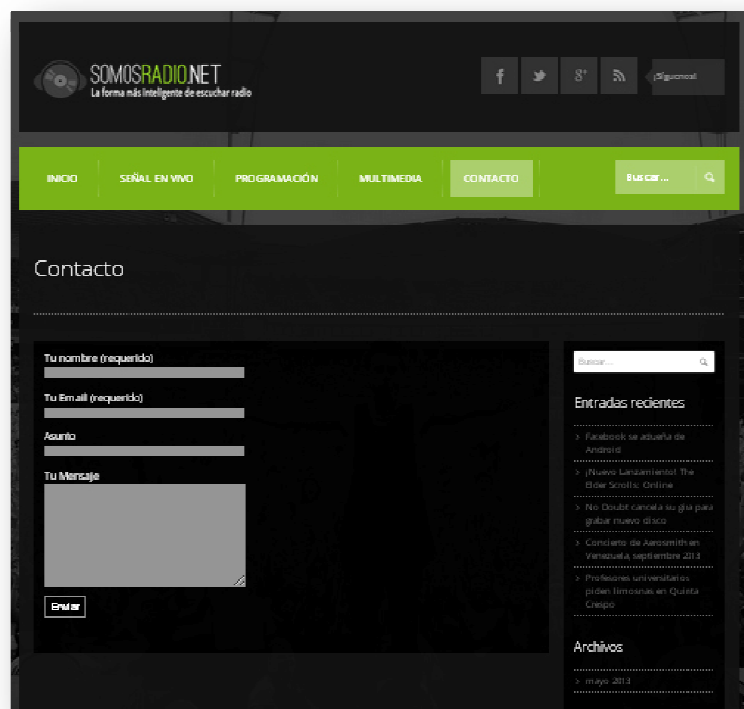


Últimos tweets

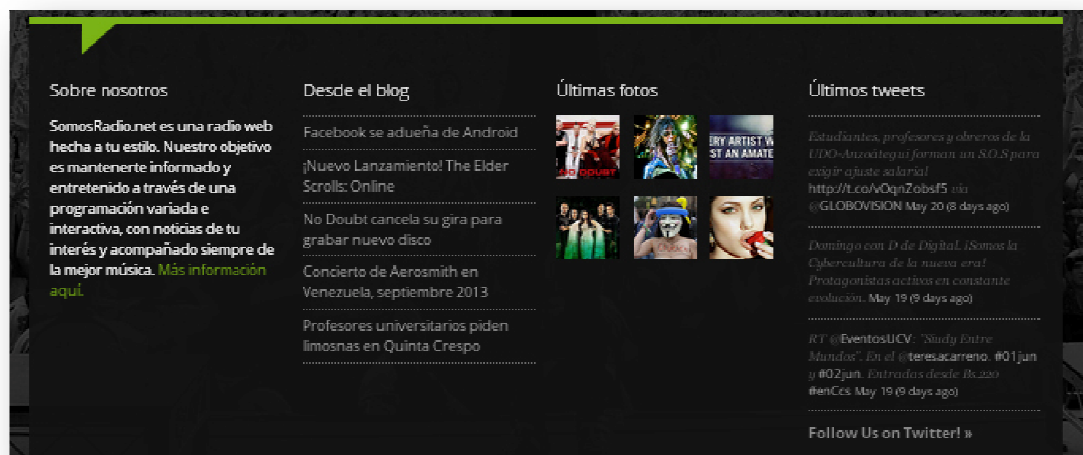
- @maldonado: #profesores universitarios piden mejoras en Quinta Crespo
- @GLOBOSCOPE: may 20 08 days ago
- @maldonado: #profesores universitarios piden mejoras en Quinta Crespo
- @GLOBOSCOPE: may 19 08 days ago
- @ElEmbudoCY: #radio online

Contacto

En aras de garantizar la interacción y participación entre el público y la emisora, además de los enlaces a las cuentas vinculadas en las redes sociales en la página de inicio, el usuario contará con la sección “Contacto” donde podrá enviar vía correo electrónico sus comentarios, sugerencias, propuestas y cualquier información o material que desee compartir con el equipo de trabajo.



Toda la página Web en cada una de sus secciones contará con información complementaria en su pie de página, donde el usuario encontrará un resumen sobre el concepto de la emisora que abarca el objetivo principal así como la misión y visión de SomosRadio.net. También se mostrará un breve listado actualizado de las entradas del blog y finalmente, las publicaciones más recientes en las cuentas asociadas de la radio a las redes sociales Flickr y Twitter.



Implementación de la Propuesta

Con la finalidad de encontrar un diseño atractivo que se ajuste al estilo de la emisora y que a su vez cumpla con las normas estéticas recomendadas para el desarrollo de la Web, se realizó un proceso de selección de colores utilizando el software Photoshop, de Adobe Systems, en una primera fase para definir el aspecto de la página.

Una vez que se tiene clara la idea del aspecto y distribución de contenidos que se desean para la página Web, ésta puede ser diseñada a través de un editor Web, como el programa Dreamweaver, actualmente producido por Adobe Systems. De esta manera se puede bosquejar cada aspecto que formará parte de la página Web sin la necesidad de un trabajo extenso y complicado para los inexpertos en programación.

Para la creación piloto de SomosRadio.net se realizó la búsqueda de una plantilla prediseñada que se adaptara a la concepción de la emisora y cumpliera con los requerimientos originalmente planteados basados en la estética y organización con la que se vislumbra la página Web de la radio. Existe una gran variedad de plantillas prediseñadas gratis en la Web, como es el caso de Wordpress.org que posee un extenso directorio de Free Themes o plantillas gratis para su descarga.

Sin embargo, luego de un proceso de indagación sobre las diferentes opciones, la plantilla más adecuada y atractiva por su diseño y flexibilidad se encontró en la página Themeforest.net pero a diferencia de Wordpress.org, el servicio de descarga es pago. Por la plantilla seleccionada se canceló un total de 45\$ Dólares estadounidenses, lo que significó al cambio en Bolívares una inversión de Bs. 283,16 para el mes de mayo de 2013.

La siguiente fase consistió en la personalización de la plantilla, para lo cual se dispuso de un software de fuente abierta encargado de la gestión de contenidos llamado Wordpress. Esta plataforma es gratuita y está orientada a la estética, los estándares Web y la usabilidad. (wordpress.org)

Finalmente, con la utilización de Wordpress se obtiene un diseño y estructura del sitio totalmente personalizado y funcional, listo para ser alojado en la Web y comenzar la difusión del contenido que, en esta primera etapa, consistirá en diez entradas en la sección de “Nuestro blog” y un Demo de Locución.

Para SomosRadio.net en su etapa piloto se agregó un archivo de audio a modo ilustrativo bajo el formato de Demo de Locución. Esto con la finalidad de dar a

conocer fragmentos de la programación sugerida para la emisora. Para la grabación del Demo se utilizaron los siguientes recursos:

- Procesador AMD Sempron 2800 + (1.6 GHz) con 768 MB de Memoria RAM y Sistema Operativo Windows XP SP3
- Headset (Auriculares con micrófono integrado) marca Genius
- Software de edición de audio ADOBE AUDITION
- Reproductor Windows Media Player
- Conexión ADSL de CANTV con un ancho de banda 1024 KBPS
- Material Auditivo (Efectos de sonido, cortinas, etc.) en formato MP3
- Recurso Humano que colaboró con la locución del Demo (dos voces masculinas, una voz femenina y la autora de la propuesta).

La información suministrada en el texto del blog así como las fotografías de apoyo utilizadas en la página Web, pertenecen a material recolectado a través de Internet, descargado específicamente de diferentes portales de noticias y páginas especializadas en la distribución de fotografías libres de derechos de autor, como Stock.XCHNG, la comunidad de intercambio fotográfico libre de copyright (www.sxc.hu). Cada entrada del blog finaliza con la cita de su fuente original.

SomosRadio.net es una emisora de radio en formato digital cuya programación y contenido es producido especialmente para ser transmitido a través de Internet, para lo que resulta necesario el alojamiento en la Web así como la contratación de un dominio propio, en función de establecer la identidad de la radio de una forma memorable y que facilite su ubicación a través de los motores de búsqueda, a la vez que se genera confianza en los usuarios en cuanto al nivel de independencia y seriedad del sitio.

Para efectos de la implementación a modo piloto de SomosRadio.net, se recurrió al alojamiento temporal sin costo, ofrecido por el dominio fajardoc.com para la demostración en Internet de la emisora. Al ser facilitado un subdominio para el alojamiento, finalmente se cuenta con el URL resultante: somosradio.fajardoc.com.

Resumen de SomosRadio.net

SomosRadio.net es una Radio Web hecha por estudiantes de Comunicación Social, que busca complementar la formación académica ofreciendo un espacio para la práctica flexible e interactiva en el campo de la producción radiofónica digital. Lo que se pretende es contribuir a la formación de un comunicador integral, capaz enfrentarse a los retos que demanda el ejercicio fundamental de la profesión en el marco de la constante evolución de las tecnologías de la información.

En definitiva, SomosRadio.net es un medio de comunicación digital que ofrece una programación variada y amena, una emisora caracterizada por su estilo juvenil y alegre donde su principal objetivo, además de entretener, es permitir la integración y participación así como el desarrollo de las habilidades comunicativas tanto de los estudiantes de Comunicación Social como profesionales del medio ante las modificaciones que la tecnología impulsa en la práctica tradicional de la radiodifusión.

CONCLUSIONES

La Comunicación Digital es un fenómeno evolutivo en constante movimiento y para liderar el cambio, es necesario comprender esta revolución a nivel comunicacional que impulsa la constante evolución de las tecnologías de información, transformación que impacta y altera todas las prácticas del quehacer periodístico. Ante esta premisa, partió la elaboración de este trabajo de grado.

Se planteó como principal objetivo del proyecto, la creación de una radio Web hecha por estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas del país, con la intención de convertirse en un medio de comunicación digital que sirva como herramienta para la práctica, interacción y desarrollo de las habilidades comunicacionales en esta era de la información.

Basado en este objetivo, se realizó la propuesta de SomosRadio.net, una radio digital dispuesta a la participación de estudiantes, egresados y profesionales de la Comunicación Social, ofreciendo un lugar para la distribución y generación de nuevos contenidos, un medio para la libre expresión y desarrollo profesional haciendo uso de Internet y las herramientas que ofrece la Web 2.0.

De acuerdo a los objetivos trazados en el presente trabajo, la propuesta de SomosRadio.net cumple con las expectativas planteadas, por cuanto se logró determinar, según los resultados de las entrevistas realizadas en el proceso de investigación, la necesidad por parte de los estudiantes de Comunicación Social respecto a la creación de una Radio Web que les permita desarrollar conocimientos y dominio sobre los medios digitales.

De igual forma, durante la elaboración de este proyecto fue posible constatar que al hacer uso de Internet como plataforma para la propuesta, su implementación resulta ser mucho más accesible en comparación con los medios de comunicación tradicionales, en lo referente a costos, reglamentos y equipos necesarios para la transmisión. En consecuencia, SomosRadio.net garantiza ser un modelo comunicativo viable para su desarrollo.

Además, gracias a las características propias del medio, la propuesta facilita y acepta la inclusión de diversos géneros y formatos periodísticos con la finalidad de abarcar las diferentes metodologías para la difusión de la información. De esta forma, se ofrecen espacios para la redacción de noticias, apoyadas con fotografías e infografías, entrevistas, artículos de opinión o comentarios los cuales podrán ser publicados en formato de texto o como archivo de audio.

Es importante resaltar que la creación de contenidos para la emisora, no solo dependerá del proceso de investigación realizado por la autora de esta tesis, es necesaria la colaboración y participación de los estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas, así como de toda la comunidad radiodifusora interesada en formar parte del proyecto, con el fin de ofrecer una programación variada, interactiva, relevante y acertada que se ajuste a las necesidades de los usuarios.

SomosRadio.net es un proyecto constantemente perfectible, tanto a nivel de contenidos como de capacidades técnicas, pudiendo ser modificado el modelo sugerido en aras de satisfacer las demandas expresadas por sus usuarios, con el objetivo de ofrecer un producto actualizado y de calidad. Esto implica la consideración a nuevas propuestas dentro de la programación sugerida así como las mejoras y actualizaciones a nivel de interfaz y diseño gráfico del sitio Web.

En un futuro, SomosRadio.net puede convertirse en la emisora Web preferida tanto por profesionales del medio como por el público en general gracias a la calidad de su contenido, a la vez que se sitúa como referencia por excelencia en el mundo de la comunicación digital, sentando las bases de una cultura cibernética emergente y rica en posibilidades comunicacionales. Meta que será posible de alcanzar a través de la constancia, dedicación y trabajo en equipo.

Sin duda alguna, Internet ha significado una revolución en el mundo de la Comunicación Social, se trata de un universo de información de acceso inmediato que genera constantemente nuevas formas de expresión y de interpretación. Ha impulsado incluso un nuevo lenguaje y una nueva cultura, donde se abandona la actitud pasiva del receptor y se crea un nuevo concepto de audiencia así como la metamorfosis del perfil del comunicador clásico al que se estaba acostumbrado.

Frente a esta cadena evolutiva imparable de las tecnologías de información que impacta al proceso de comunicación y moldea el ejercicio de la profesión, SomosRadio.net ofrece el medio ideal para formar parte en el surgimiento de las nuevas dimensiones comunicativas y convertir a sus usuarios en protagonistas del cambio.

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS FUENTES IMPRESAS

- Balsebre, Armand. (1994). *Lenguaje Radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- Beard, J. (2007). *The principles of beautiful Web design*. Australia: SitePoint Publishing.
- Boni, Federico. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Castells, M. (1996). *La galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. Madrid: Areté.
- Cebrián Herreros, Mariano. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- Fidias, A. (1999). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Editorial Episteme.
- Flores Vivar, Jesús y Arruti, Alberto Miguel. (2001). *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Madrid: Ediciones 2010, S.L.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., (2006) *Metodología de la Investigación*. 4ª edición, Caracas: McGraw-Hill.
- Kaplún, Mario. (1978). *Producción de programas de radio*. Quito: Ciespal.

- McLuhan, Marshal. (1985). *La galaxia de Gutenberg*. México: Origen Planeta. (Obra original: 1962, *The Gutenberg Galaxy: The making of Typographic men*, University of Toronto Press).
- Morales, Víctor. (1994). *Planeamiento y análisis de investigaciones*. Caracas: Eldorado Ediciones.
- Rodero Antón, Emma. (2001). *La radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red*. Salamanca: Ed. Cervantes.
- Romo Gil, María Cristina. (1987) *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. México: Diana Técnico.
- Sabino, Carlos (1992) *El proceso de investigación*. Caracas: Ed. Panapo.
- Sacristán, A. (1998). *Mundo Internet 98*. Pcmanía.
- Wall, A. (2005). *The search engine optimization book*. Pennsylvania: Aaron Wall.
- ZANONI, Leandro. (2008). *El Impacto Digital: El nuevo paradigma de la comunicación 2.0*. Buenos Aires: Ediciones B.

REFERENCIAS FUENTES ELECTRÓNICAS

- Andrew S. Patrick, Alex Black, Thomas E. CBC Radio on the Internet: An Experiment in Convergence. (Online) Disponible en: <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/926/832>, (consultado en abril 2013)
- Coper, Alex. (2013). *The History of Internet Radio* (Online) Disponible en: <http://www.tangentsunset.com/internetradio.htm>, (consultado en abril 2013)
- Esquema de Transmisión de Radio Streaming. Disponible en: <http://www.tuWebhost.com/radio-video-streaming/SobreAudioStreaming.pdf>
- FEDUPEL, (2006) *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría*. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (Versión Online) Disponible en: <http://neutron.ing.ucv.ve/NormasUPEL2006.pdf>
- Fumero, Antonio y Roca, Genís (2007) *Web 2.0*, Fundación Orange, (Versión online), disponible en: http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf (consultado en abril 2013).
- García Gago, Santiago. *Manual para Radialistas Analfatécnicos* (On Line) Disponible en: <http://www.analfatecnicos.net> (consultado en marzo – abril 2013).

- Goycochea, Mariella. (2012). *La UMA inaugura nuevo estudio de TV*. Disponible en: http://www.uma.edu.ve/noticia/177/la_uma_inaugura_nuevo_estudio_de_tv (consultado en abril 2013)
- Historia del Internet. (2013). Disponible en: http://www.cad.com.mx/historia_del_internet.htm
- Internet Radio. (2013). En NationMaster.com, disponible en: <http://www.nationmaster.com/encyclopedia/Internet-radio>
- Navarrete Torres, Alejandro. Curso Básico de Redes de Cable. (On Line) Disponible en <http://www.krconsult.com/cursos/redes2/conbas9.htm> (Consultado en enero 2013)
- O'Reilly Tim. *¿What is Web 2.0?* (Online) Disponible en: <http://oreilly.com/Web2/archive/what-is-Web-20.html>, (consultado en abril 2013).
- Parent, Juan María. Esquivel E. Noé, Heras G. Leticia. (2004) Congreso Nacional: “Retos y Expectativas de la Universidad” Foro: “La Práctica Profesional una Función Indispensable” Universidad Autónoma del Estado de México. Disponible en: <http://www.congresoretosyexpectativas.udg.mx/Congreso%204/Mesa%201/m117.pdf> (Consultado en septiembre – diciembre 2012)

- Peralta, Leonardo. Razón y Palabra. “Radio por Internet: Puerta de Salida” (2004). [en línea], disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/inmediata/2004/abril.html>, (consultado en abril 2013).
- Proyecto Media (On Line) Disponible en: <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag1.html> (consultado en febrero 2013).
- Radio Bunch. It’s All About Radio, disponible en: <http://www.radiobunch.com/online-radio-history.html>, (consultada en abril 2013)
- Rosario, Jimmy. (2005). *La Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC). Su uso como Herramienta para el Fortalecimiento y el Desarrollo de la Educación Virtual*. CiberSociedad.net. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=218> (consultado abril 2013).
- Springer, Axel. *El Gran Libro de Diseño Web 2012*, PDF, Edición única. Disponible en: <http://store.axelspringer.es/tecnologia/revistas-tecnologia/especiales/n-2-diseno-Web.html>
- Teoría de Color. (2013). Disponible en: <http://www.abcdiseño.com/teoria-del-color/>

- Valero Toro, Ingrid. (2009). *Perfil del periodista digital en medios de comunicación venezolanos*. Tesis de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela. (Versión Online) Disponible en: <http://www.comunicadordigital.com/perfil-del-periodista-digital/>
- VenezuelaHosting.com. Planes de Hospedaje Web. Disponible en: <http://venezuelahosting.com/hosting.php> (consultado en mayo 2013).
- Wikipedia. Enciclopedia Libre. Disponible en <http://Wikipedia.com>

REFERENCIAS TRABAJOS DE GRADO

- Aguiar, C. F. (2009). *AL AIRE WEB®: TU LA CREAS, TU LA PROGRAMAS, TU LA ESCUCHAS - RADIO EN INTERNET-* Tesis de grado para optar al título de Comunicador Social, Campo Profesional: Producción Radiofónica (no publicado), Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Fajardo, Johnny (2009). *WWW.FAROLATINO.NET, Diseño y desarrollo de un portal de noticias integrado con una red social.* Tesis de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social (no publicado), Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela.
- González B. y González C. (2012). *RedComun Venezuela. Proyecto Web para estimular el contacto informativo entre la comunidad de comunicadores sociales de Venezuela.* Tesis de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social (no publicado), Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela.

ANEXOS

- Universidades en Venezuela que ofrecen la carrera de Comunicación Social a nivel de Licenciatura.
- Entrevista abierta realizada a los estudiantes de Comunicación Social de las diferentes escuelas del país.

ANEXO A

Universidades en Venezuela que ofrecen la carrera de Comunicación Social, donde el egresado recibe el título de: Licenciado en Comunicación Social.

Nombre de la Institución	Universidad Católica Andrés Bello
Ubicación	Caracas / Ciudad Guayana (Edo. Bolívar)
Duración de la carrera	Sede en Caracas: 10 semestres Sede en Cuidad Guayana: 5 años
Perfil del egresado	“La Escuela de Comunicación Social de la UCAB pretende formar a un individuo dotado de criterios éticos y capacidades profesionales que le permitan procesar, crear y difundir discursos pertinentes y contextualizados para la sociedad en que se desenvuelve.”
Presencia en la Web	La Web oficial de la Universidad Católica Andrés Bello es: http://www.ucab.edu.ve , donde ofrece enlaces a las distintas cedes de la Universidad en Coro, Guayana, La Castellana y Los Teques. Se presenta dividida en tres secciones: Estudia en la UCAB, con información referente a los estudios de pregrado, postgrado, programa Internacional, otros estudios. Luego se observa “Noticias y Eventos” así como “Entérate” con las principales noticias actualizadas y de interés para la comunidad UCABista.

Nombre de la Institución	Universidad Católica Santa Rosa
Ubicación	Caracas
Duración de la carrera	10 semestres
Perfil del egresado	<p>“El egresado en Comunicación Social de la Universidad Católica Santa Rosa, está capacitado para desempeñarse en las áreas de comunicación impresa, audiovisual y organizacional, con la finalidad de crear un material destinado a educar, informar y entretener.</p> <p>El comunicador de impreso, redacta artículos sobre hechos noticiosos que marcan pauta y conforman la noticia.</p> <p>El comunicador organizacional realiza evaluaciones de entorno de forma original y eficaz, para la creación y ampliación de condiciones favorables en el área de las comunicaciones corporativas.</p> <p>El comunicador de la mención audiovisual realiza y dirige producciones para el cine, la radio y la televisión, elaborando un material de calidad que instruya y a la vez divierta a un público cautivo.”</p>
Presencia en la Web	El sitio Web oficial de la Universidad Católica Santa Rosa es: http://www.ucsar.com.ve

	En la sección de “Pregrado” se ofrece información sobre las diferentes facultades, entre ellas, la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales donde se encuentra información referente a la carrera de Comunicación Social. En esta sección, el interesado en la carrera encuentra datos sobre las inscripciones, el perfil del egresado y planes de estudio, horarios, cronogramas, etc.
--	--

Nombre de la Institución	Universidad Bolivariana de Venezuela
Ubicación	Caracas. Aragua. Barinas. Barlovento estado Miranda. Ciudad Bolívar. Falcón. Monagas. Táchira. Zulia y Aldeas universitarias en todo el país. (Municipalizado).
Duración de la carrera	Para el título de: Técnico Superior Universitario, Mención Producción de Medios: 2 años. Licenciado (a) en Comunicación Social: 4 años
Perfil del egresado	“El Programa de Formación de Grado en Comunicación Social de la Universidad Bolivariana de Venezuela, tiene como objetivo formar profesionales capacitados teórica y técnicamente para el desempeño comunicacional tanto en comunidades, organizaciones sociales, instituciones y organizaciones públicas y privadas, organismos internacionales, instituciones

	educativas, con una visión crítica y reflexiva sobre las condiciones histórico-culturales del momento en que vive el país y con plena conciencia de la trascendencia de su labor en el seno de la sociedad.”
Presencia en la Web	<p>El portal oficial de la Universidad Bolivariana de Venezuela es: http://www.ubv.edu.ve</p> <p>A través del cual se puede obtener información de la carrera de Comunicación Social ofrecida en esta casa de estudios. En la sección “P. Formación de Grado” se muestran las diferentes carreras ofertadas y para Comunicación Social, se muestran datos como el perfil del egresado, títulos a obtener, duración de la carrera según el título (TSU y Licenciado) y ubicación geográfica.</p>

Nombre de la Institución	Universidad Central de Venezuela
Ubicación	Caracas
Duración de la carrera	10 semestres
Perfil del egresado	“La Escuela de Comunicación Social persigue la formación amplia y eficaz, con fundamentación científica y humanística, de un profesional capaz de desempeñarse en el ambiente laboral, manejando recursos científicos y técnicos de la comunicación social, dentro del ámbito de las ciencias sociales y vinculado con todos los aspectos

	<p>del saber humano.</p> <p>La importancia de esta disciplina tiene un despegue que se corresponde con la apertura de los tiempos que se viven, pues si el siglo XX fue por antonomasia el siglo de las comunicaciones, la avanzada científico-tecnológica de hoy, implica cambios mucho mayores en el universo de las telecomunicaciones.”</p>
<p>Presencia en la Web</p>	<p>El sitio Web oficial de la Universidad Central de Venezuela es:</p> <p>http://www.ucv.ve.</p> <p>El portal propio de la Escuela de Comunicación Social de la UCV actualmente se encuentra deshabilitado, podía accederse a éste a través de la dirección:</p> <p>http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs/ Sin embargo, existen varios blogs donde se ofrece información relevante acerca de la Escuela y los últimos acontecimientos de interés, como lo son: http://ecsucv.blogspot.com/</p> <p>http://ceecsucv.blogspot.com/</p> <p>http://academicaecs.blogspot.com/</p> <p>También hacen presencia en las redes sociales como Facebook y Twitter con cuentas oficiales administradas por estudiantes y la coordinación académica.</p> <p>Además, la Universidad cuenta con el medio digital de UCV Noticias http://ucvnoticias.ucv.ve.</p>

Nombre de la Institución	Universidad de Los Andes
Ubicación	San Cristóbal (Edo. Táchira)
Duración de la carrera	5 años
Perfil del egresado	<p>Serán profesionales de nivel superior capacitados para: “a) Ejercer como periodistas profesionales, según lo establece el artículo 3° de la “ley del periodismo”. b) Ejercer las mismas funciones como periodistas con formación específica en las áreas económicas, científicas y humanísticas respectivamente, siendo un analista crítico y objetivo del acontecer nacional, particularmente vigilante de todo lo que atañe a los más altos valores de nuestra cultura. c) Desempeñarse como comunicadores sociales al servicio del desarrollo nacional en las áreas antes mencionadas, contribuyendo al necesario fortalecimiento de las estructuras educativas del país en todo lo relacionado con los programas de educación sistemática.”</p>
Presencia en la Web	<p>A través del portal oficial de la ULA se puede acceder a la información sobre la carrera de Comunicación Social, mediante la dirección:</p> <p>http://www.tach.ula.ve/comusocial.htm</p> <p>Aquí se muestran los datos sobre las características de la carrera, duración, título a obtener, perfil profesional y pensum de estudios.</p>

Nombre de la Institución	Universidad Fermín Toro
Ubicación	Cabudare (Edo. Lara) / Araure (Edo. Portuguesa)
Duración de la carrera	10 semestres
Perfil del egresado	<p>El estudiante egresado de Comunicación Social en la Universidad Fermín Toro deberá tener:</p> <p>“- Capacidad para ubicar, obtener y usar fuentes de información mediante la utilización de la tecnología y recursos humanos disponibles.</p> <p>- Capacidad para comprender, analizar y evaluar los acontecimientos que ocurren a nivel Regional, Nacional y Mundial.</p> <p>- Actitud ética y honesta en el desempeño de su rol de comunicador social.</p> <p>- Actitud favorable constructiva ante el desarrollo del arte en todas sus manifestaciones, de la conciencia nacional, la protección y defensa del medio ambiente.”</p>
Presencia en la Web	<p>El sitio Web oficial de la Universidad Fermín Toro es: http://www.uft.edu.ve</p> <p>Y a través de la sección “Facultades”, accediendo a “Facultad de Ciencias Económicas y Sociales” se encuentra información sobre la carrera de Comunicación Social que consiste en una breve introducción a la carrera, perfil del egresado, campo laboral y el pensum de estudios.</p>

Nombre de la Institución	Universidad Monteávila
Ubicación	Caracas
Duración de la carrera	5 años
Perfil del egresado	<p>“En la Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Información de la Universidad Monteávila el alumno puede cursar la carrera de Comunicación Social.</p> <p>Allí el estudiante se prepara para el ejercicio fundamental de la actividad mediadora propia del comunicador, logrando experiencias importantes en todas las áreas de especialización.</p> <p>No se trata de formar en el conocimiento parcelado de la comunicación, sino de dominar las claves del ejercicio profesional del comunicador.</p> <p>Por ello, el comunicador social de la UMA invierte tiempo y esfuerzo en consolidar su capacidad para producir mensajes, más allá de las tecnologías cambiantes.”</p>
Presencia en la Web	<p>A través del portal oficial en la Web de la Universidad Monteávila:</p> <p>http://www.uma.edu.ve es posible conocer</p>

	<p>datos sobre las diferentes carreras que ofrecen de pregrado y postgrado, cursos de extensión, control de estudios, administración, biblioteca, egresados, sala de prensa y bolsa de trabajo. Así como también información sobre las preinscripciones y próximos eventos. La UMA cuenta con una radio por internet, llamada Radio UMA. Además, en una entrevista realizada a un estudiante de 3er año en la carrera de Comunicación Social, conductor del programa “En Concierto” que se transmite por Radio UMA, se logró conocer los avances en cuanto a comunicación digital se refiere con la implementación de ésta radio, así como el proyecto de UMA TV, Televisión por internet en construcción.</p>
--	--

Nombre de la Institución	Universidad Bicentennial de Aragua
Ubicación	Maracay (Edo. Aragua)
Duración de la carrera	10 semestres
Perfil del egresado	No Disponible
Presencia en la Web	El portal de la Universidad Bicentennial de Aragua no contiene mayor información sobre las carreras que ofrece. Cuentan con un grupo en la red social Facebook a través del cual se conversó con el administrador del mismo, quien indicó que “La carrera de

	<p>Comunicación Social tiene una duración de 5 años y es por semestre, posee tres menciones que son: Comunicación y Desarrollo, Periodismo y Publicidad.”</p> <p>Además, la comunidad de la UBA se mantiene informada mediante la interacción con las cuentas oficiales en la red social Twitter, que son: @UBAuniversidad @RectorUBA @UBApostgrado @UbistaAlDia @DirexUBA.</p> <p>http://uba.edu.ve/portal/</p>
--	--

Nombre de la Institución	Universidad Santa Inés
Ubicación	Barinas (Edo. Barinas)
Duración de la carrera	No Disponible
Perfil del egresado	No Disponible
Presencia en la Web	No disponible

NOTA: Debido a irregularidades en el aspecto ético y legal, en el año 2010 quien fuera para entonces el presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez, ordenó la nacionalización de la Universidad Santa Inés, en Barinas, pasando la institución a manos del estado.

“La Gaceta Oficial número 5.974 del 14 de mayo de 2010, establece el decreto 7.429 mediante la cual se ordena la adquisición forzosa de bienes muebles e inmuebles de la Asociación Civil “Universidad Santa Inés, S.C”, requeridos para la ejecución de la obra “Creación y funcionamiento de Universidad Politécnica José Félix Ribas”. (Información disponible en:

<http://noticias.universia.edu.ve/vida-universitaria/noticia/2010/05/17/230113/gobierno-establece-creacion-universidad-jose-felix-ribas.html>)

Con la finalidad de recaudar información sobre las carreras ofrecidas, se intentó establecer comunicación con la Universidad Politécnica Territorial “José Félix Ribas” en Barinas, a través de llamadas telefónicas y correo electrónico pero en ningún caso se obtuvo respuesta.

Nombre de la Institución	Universidad Santa María
Ubicación	Caracas / Barinas (Edo. Barinas) / Puerto La Cruz
Duración de la carrera	10 semestres
Perfil del egresado	<p>“El profesional egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Santa María tiene una formación integral, orientada hacia la práctica profesional de acuerdo con parámetros de excelencia en el uso del lenguaje, capacidad estratégica, principios éticos y destrezas instrumentales. Por tanto, está capacitado para el trabajo productivo en el desempeño de toda actividad comunicacional; entendida ésta como la investigación, recolección y procesamiento de información para la creación de mensajes adecuados a los requerimientos de las tecnologías y los nuevos medios.</p> <p>El profesional de Comunicación Social de la Universidad Santa María se entrena y aprende la utilización de los conceptos, las técnicas, los procesos, las formas y los métodos propios de la disciplina comunicacional, para comprender y comunicar la realidad existente, como paso inicial de una acción que contribuya realmente con el progreso de la sociedad a la que pertenece. Es pues, la cuna de un profesional con gran creatividad, visión global, ética y dominio exhaustivo de las herramientas del oficio.”</p>

Presencia en la Web	El sitio Web oficial de la USM es: http://www.usm.edu.ve Al acceder a la sección de “Facultades/Faces/Escuela de Comunicación Social” se obtiene información sobre la carrera, que consiste en Perfil del profesional, Información General (horarios, requisitos de ingreso y egreso, título que se otorga, duración, menciones y núcleos que la imparten).
----------------------------	--

Nombre de la Institución	Universidad Arturo Michelena
Ubicación	San Diego (Edo. Carabobo)
Duración de la carrera	10 semestres
Perfil del egresado	“La UAM hace hincapié en que los egresados de la Escuela de Comunicación social no solamente adquieran conocimientos específicos y prácticos de cada mención (periodismo informativo, publicidad, relaciones públicas, producción audiovisual, Protocolo y organización de eventos), sino sobre todo que aprendan y compartan teorías y desarrollo de la comunicación social y de la comunidad, lingüística, procesos de la comunicación, redacción, entrevistas, encuestas, reseñas y reportajes. El comunicador social egresado de la UAM debe ser un investigador social, reflexivo, crítico y analítico con capacidad de orientar

	la opinión pública, analista de temas importantes para el desarrollo de la sociedad, interprete del hecho comunicacional, con habilidad para manejar diferentes fuentes y organizar la información.”
Presencia en la Web	El sitio Web oficial de la UAM es: http://www.uam.edu.ve A través de la sección “Facultades/ Ciencias Económicas y Sociales” se ofrece una breve información sobre la carrera de Comunicación Social, las menciones y características del perfil profesional.

Nombre de la Institución	Universidad Católica Cecilio Acosta
Ubicación	Maracaibo (Edo. Zulia)
Duración de la carrera	Comunicación Social, mención Desarrollo Social: 8 semestres. El TSU en Artes Audiovisuales: 6 semestres.
Perfil del egresado	“El egresado en Comunicación Social, mención Desarrollo Social tiene competencias básicas, genéricas y específicas que le permitirán insertarse laboralmente en la sociedad de la Información y del conocimiento desde el campo de la comunicación para el desarrollo. Puede comprender, interpretar y producir mensajes orales, escritos, audiovisuales y digitales.

	<p>Propone acciones que refuercen la vida en colectivo con dignidad y justicia social.</p> <p>Valora, analiza y conceptualiza los elementos y procesos de la comunicación.”</p>
Presencia en la Web	<p>El sitio Web oficial de la Universidad Católica Cecilio Acosta es:</p> <p>http://www.unica.edu.ve</p> <p>A través del menú de facultades y accediendo a “Facultad de Ciencias de la Comunicación Social” se encuentra información que consiste en una breve introducción a la carrera, opciones de pregrado:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comunicación Social. Mención Desarrollo social. - TSU en Artes Audiovisuales. <p>Donde se ofrecen datos acerca del perfil del egresado, duración y el pensum de estudios.</p>

Nombre de la Institución	Universidad Rafael Beloso Chacín
Ubicación	Maracaibo (Edo. Zulia)
Duración de la carrera	12 semestres
Perfil del egresado	<p>“El profesional en Comunicación Social, mención: Audiovisual, está en la capacidad de planificar, producir y dirigir audiovisuales (televisión, cine, video, radio, fotografía, entre otros); así como gerenciar de manera eficiente y eficaz los medios de comunicación masivos (radio y televisión), y de dominar las tecnologías de información y</p>

	<p>comunicación.</p> <p>El profesional en Comunicación Social, mención: Periodismo Impreso, está en la capacidad de investigar, aplicar técnicas de búsqueda de información; dominar y emplear los géneros periodísticos, redactar y diseñar estrategias, políticas y proyectos comunicacionales en organizaciones públicas y privadas; dirigir equipos de redacción y empresas periodísticas tradicionales y tecnológicas, para difundir los hechos noticiosos.</p> <p>El profesional en Comunicación Social, mención: Publicidad y Relaciones Públicas, está en capacidad de planificar y ejecutar campañas promocionales y publicitarias, realizar estudios de mercado; gerenciar el área publicitaria y de mercadeo en empresas públicas y privadas; desarrollar planes de marketing político; diseñar estrategias para conquistar nuevos consumidores y de posicionamiento; evaluar el impacto de campañas publicitarias; y manejar eficientemente recursos humanos y financieros.”</p>
<p>Presencia en la Web</p>	<p>El sitio Web oficial de la URBE es: http://www.urbe.edu Aquí se encuentra información sobre las 3 menciones ofertadas por la Universidad en relación a la carrera de Comunicación Social, datos sobre el perfil del egresado, título que se otorga, mercado ocupacional y carreras afines.</p>

Nombre de la Institución	Universidad Yacambú
Ubicación	Barquisimeto (Edo. Lara)
Duración de la carrera	10 semestres
Perfil del egresado	“El propósito de la carrera-programa de Licenciatura en Comunicación de la UNY se orienta hacia la formación de un profesional integral con una amplia formación cultural, una sólida formación ética y un entrenamiento profesional actualizado; capacitado tanto teórica, como práctica y metodológicamente para desempeñar diferentes funciones en el campo de la comunicación para promover el desarrollo, la cultura y la educación de la sociedad y del ciudadano.”
Presencia en la Web	El sitio Web oficial de la UNY es: http://www.uny.edu.ve a través del cual se puede conocer la oferta académica (en modo presencial y a distancia) para cursar los estudios de pregrado. Siguiendo los enlaces a “Facultades/ Humanidades/ Licenciatura en Comunicación Social” se encuentra información sobre la carrera, que consiste en una introducción al propósito de la carrera, pensum de estudios, costos, modalidad (sólo presencial) y plan de estudios.

Nombre de la Institución	Universidad del Zulia
Ubicación	Maracaibo (Edo. Zulia)
Duración de la carrera	10 semestres
Perfil del egresado	<p>Este profesional está en capacidad de:</p> <p>“Elaborar mensajes públicos noticiosos o de opinión, para transmitirlos a través de los medios de comunicación masiva.</p> <p>Manejar y procesar información en periódicos, diarios, revistas, publicaciones, al igual que en radio, cine y televisión.</p> <p>Desempeñarse como reportero, diagramador, diseñador, fotógrafo y gerente de información y redacción en el medio impreso y audiovisual.</p> <p>Laborar en oficinas públicas y privadas, como relacionista público y gerente de comunicación.</p> <p>Planificar, producir y elaborar mensajes de carácter informativo y de opinión.</p> <p>Planificar, programar, desarrollar e implementar estrategias comunicacionales que le permitan influir en la opinión pública y aceptación masiva de las ideas que genera.”</p>
Presencia en la Web	<p>A través del sitio Web de la Universidad del Zulia:</p> <p>http://www.pregrado.luz.edu.ve es posible obtener información sobre la carrera de Comunicación Social y sus</p>

	menciones: Periodismo Impreso, Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, con una breve introducción sobre la carrera, objetivos, perfil profesional, campo de trabajo, régimen de estudios, requisitos de ingreso, título que se otorga y pensum de estudios.
--	---

ANEXO B

Entrevista abierta realizada a los estudiantes y egresados de las diferentes escuelas de Comunicación Social de Venezuela. (Muestra representativa)

¿Cómo observas la preparación académica en tu escuela referente a los medios digitales?		
María Franchesca Federico	Universidad Católica Andrés Bello. 10mo Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Hay una materia electiva que se llama Redes Sociales, yo no la tomé pero depende si estás empapado en el mundo 2.0. Lo que sabemos los estudiantes es por experiencia propia, no porque alguien nos haya enseñado en la carrera.
Ysabella Vargas	Universidad Santa María 10mo Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Existen 2 cátedras: Introducción a los Medios Digitales y Web 2.0. Te dan una preparación pero es un baño sobre las comunicaciones digitales. Sin embargo es ya tarea del profesional mantenerse al día.
Fernando Martínez Ponce	Universidad Central de Venezuela 10mo Semestre. Tesista en comunicación Social	Hasta que culminé mi carga académica vi bastante limitada la preparación sobre los medios digitales. Hubo un curso denominado Informática en el cual se aborda sobre el tema. Entre una y otra evaluación ibas informándote, pero falta mucho más. Creo que

		nuestros pares de otras casas de estudio tienen un pensum que les permite tener un acercamiento de ello mucho más acertado, aun se mantiene mucho rezago en la escuela de Comunicación Social de la UCV
Rodolfo Alonzo	Universidad Monteávila 3er año de Licenciatura en Comunicación Social	La Monteávila tiene el único post grado en comunicación digital, no recuerdo el nombre exactamente. Dentro del pensum de estudio el periodismo 2.0 está presente. De hecho, hay una materia electiva que se llama Periodismo Digital.
¿Estás capacitado para ejercer la profesión, de presentarse la oportunidad, en un medio digital?		
Antonio Fes	Universidad Santa María 6to Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Bueno si me siento preparado, pero no por la USM, me fui durante 8 meses a Nueva York a hacer un curso de producción audiovisual, en la USM los estudiantes por parte de audiovisuales no salían muy bien preparados debido a la falta de equipos como tal. También pasa que en Venezuela el periodismo digital aunque es muy

		interesante, muchos lo ven como un pasatiempo
María Franchesca Federico	Universidad Católica Andrés Bello 10mo Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Yo considero que tengo conocimientos básicos, pero en caso de que me desempeñara en algún cargo como Community Manager, por ejemplo, si necesitaría un entrenamiento especial.
Christie Vallenilla	Universidad Bolivariana de Venezuela 5to Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	En la UBV no estudiamos los medios digitales a profundidad, por mi parte me pondría a indagar en el tema, cómo funciona y todo lo relacionado a ello, para así aprender cómo se trabaja en esa rama.
Fernando Martínez Ponce	Universidad Central de Venezuela 10mo Semestre. Tesista en comunicación Social	Con la información suministrada por la Escuela en lo que a medios digitales se refiere uno no termina de sentirse preparado, es por ello que cada quien, de forma individual busca la forma de educarse extra muros para actualizarse en el tema y que ello signifique a posteriori tener una oferta laboral segura
Rodolfo Alonzo	Universidad Monteávila 3er año de Licenciatura en Comunicación Social	La experiencia en Radio UMA me ha ayudado a tener un contacto profesional con uno de los medios de comunicación que más me

		gustan, la radio. Ha permitido adquirir confianza en mi mismo, he visto como surge una emisora de la nada. Cuando la radio por internet sea mas escuchada que ahora, habremos sido uno de los pioneros.
¿Cuentan en tu escuela con algún medio digital (Radio, T.V o Prensa por Internet) donde los estudiantes puedan poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera?		
Milagro Olivares	Universidad Del Zulia 6to Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	En la Universidad Del Zulia hay un estudio de TV y de Radio pero convencional, no contamos con un estudio por internet.
Fernando Martínez Ponce	Universidad Central de Venezuela 10mo Semestre. Tesista en comunicación Social.	En la Escuela de Comunicación Social de la UCV el estudiantado no tiene la posibilidad de poner en práctica esos conocimientos en ningún medio porque sencillamente no existen; ni radio, ni TV. Creo -si no me equivoco- que el año pasado se avanzó en cuestión de que la Escuela desarrollase una periódico digital, sin embargo, desconozco si aún este formato se encuentre funcionando.

		Falta de estímulo, de iniciativas, llenan los pasillos de la decana de la Comunicación Social en Venezuela.
Rodolfo Alonzo	Universidad Monteávila 3er año de Licenciatura en Comunicación Social	La monteávila tiene radio por internet, y está creando su canal de tv, UMA TV... no tiene prensa como tal. La Radio es Radio UMA y la parrilla de programación es hecha 100% por los estudiantes de distintas carreras que se dan.
Lucero Fuentes	Universidad Católica Santa Rosa 8vo Período de Comunicación Social. Mención Organizacional.	En mi centro de estudio cuentan con equipos y medios donde cada alumno puede desarrollar ampliamente sus conocimientos siendo apoyados por profesores y afines. Pero medio digital no. Muchas veces gracias a que hay demasiada competencia en el campo laboral, mucho del talento no sale de las aulas de clases mientras se es estudiante.
<p>¿Consideras necesaria la creación de un medio digital en donde los estudiantes de Comunicación Social puedan desarrollar su aprendizaje? Y, de existir este medio, ¿te gustaría participar?</p>		

<p>Stefania Monteagudo</p> <p>Potenza</p>	<p>Universidad Católica Andrés Bello</p> <p>Licenciada en Comunicación Social. Mención Artes Audiovisuales.</p>	<p>Me parece importante empezar a formar a los comunicadores sociales en el ámbito digital, ya que es una verdad cada vez más inminente de que los medios tradicionales se van encaminando hacia la era tecnológica que nos ha tocado vivir. De existir este medio me encantaría participar en el para así ampliar los conocimientos adquiridos en los 5 años de carrera.</p>
<p>Christie Vallenilla</p>	<p>Universidad Bolivariana de Venezuela</p> <p>5to Semestre de Licenciatura en Comunicación Social</p>	<p>Sí, pienso que sería muy importante para los comunicadores sociales poder aplicar los conocimientos que adquieran sobre el medio digital en uno que funcione dentro de su universidad y sea desde el inicio de la carrera, para que al finalizarla ya tengan la experiencia en ese campo. Si me gustaría participar.</p>
<p>Antonio Fes.</p>	<p>Universidad Santa María</p> <p>6to Semestre de Licenciatura en Comunicación Social.</p>	<p>Sí, la considero necesaria porque el campo de la comunicación es un campo muy extenso, y tienes varias ramas, un medio digital serviría como práctica para optimizar el desempeño de la rama en que te quieras</p>

		desenvolver. Claro que me gustaría participar, me parece que un medio digital es de interés para todos, pues te ayuda a conocer un poco más de lo que necesites y también aprendería cosas nuevas que aún no sé.
Milagro Olivares	Universidad Del Zulia 6to Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	Si, por supuesto. Considero que en el medio comunicacional han habido cambios muy rotundos, donde no se le ha dado la suma importancia que tienen los medios digitales, para que nosotros podamos adquirir los conocimientos fundamentales.
María Franchesca Federico	Universidad Católica Andrés Bello 10mo Semestre de Licenciatura en Comunicación Social	No sé si sería necesaria la creación de un medio digital, pero sí es necesaria algún tipo de instrucción.
Marlyn Montilla	Universidad Católica Santa Rosa. 5to Período de Comunicación Social.	Claro! Porque así uno ya tendría la experiencia necesaria para el aplicarla en el campo laboral de las comunicaciones. Puede que los medios digitales aún no sean tan aceptados como los tradicionales pero viendo la

		<p>evolución tan acelerada que produce internet en nuestra forma de comunicarnos no cabe duda de que para allá vamos.</p>
Ysabella Vargas	<p>Universidad Santa María</p> <p>10mo Semestre de Licenciatura en Comunicación Social</p>	<p>Siempre es importante la creación de medios en los que puedas nutrirte permanentemente con lo que sucede en el mundo comunicacional y puedas publicar tu contenido para que otros se beneficien y colaboren a desarrollar nuevas estrategias y medios... para que de esta forma el gremio comunicacional continúe evolucionando. Si me gustaría participar.</p>
Rodolfo Alonzo	<p>Universidad Monteávila</p> <p>3er año de Licenciatura en Comunicación Social</p>	<p>Si, me parece una excelente opción para el encuentro y el desarrollo de los nuevos talentos que emergen de las casas de estudios año a año.</p>
Fernando Martínez Ponce	<p>Universidad Central de Venezuela</p> <p>10mo Semestre. Tesista en comunicación Social.</p>	<p>Por supuesto que lo considero necesaria, indispensable y también imperiosa porque en el mundo de hoy con todos estos avances que vemos en la 2.0; el tema de las redes sociales y otros medios alternativos de gran calado en el colectivo, exige que los comunicadores podamos tener un espacio</p>

		preponderante, novedoso, vanguardista y en la cual quizás hasta se puedan emplear roles de pasantía, trabajos temporales, entre otras actividades. Si existiera ese medio y me identifico con él, con su misión, con su visión, con su propuesta, no dudaría en participar.
--	--	---