



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

# **Novatos Fuimos Todos**

*Programa de radio Web de tipo magazine disponible a través de blog, dirigido a los estudiantes de los primeros de la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V.*

Trabajo especial de grado para optar  
al título de Licenciado en Comunicación Social  
presentado por los bachilleres  
Piña Fuentes, Carlos Isaac  
Trotta Gamus, Manuel Habib

Tutor: Terenzani, Alejandro

Junio de 2009

## **RESUMEN**

En el transcurso de la carrera percibimos una problemática de los estudiantes hacia la escuela de Comunicación Social de la U.C.V, representada por actitud desmotivada, demostrada en ejemplos como con falta de iniciativas, de participación aparte de un descuido a las instalaciones.

Mediante investigaciones teóricas nos entendimos que el proceso de cambio, el sentido de pertenencia y la apatía eran términos indispensables para entender la problemática y poderla atacar.

A través de la realización de un estudio práctico mediante un cuestionario, entrevistamos a los estudiantes de la escuela con el fin de corroborar nuestra hipótesis, que consistía en una falta de atención de la escuela hacia los estudiantes.

Debido al poder que tiene un medio de comunicación social para hacer llegar un mensaje, consideramos que la creación de uno propio de la escuela podría disminuir la desinformación existente y reforzar actitudes positivas para los estudiantes,

Para esto, creamos un programa de radio Web de tipo magazine, fusionado con las virtudes de la Web 2.0 mediante la creación de un blog donde pueda alojarse el programa. La propuesta unir un contenido que informe y asista al estudiante con dos medios de comunicación versátiles e innovadores nos pareció estratégico para luchar contra la problemática inicial.

### **PALABRAS CLAVES:**

Radio Web, Blog, Internet, Apatía, Novato, Cambios, Sentido de Pertenencia, Desmotivación, Escuela de Comunicación Social.

## **ABSTRACT**

As we advanced the way through our career, we perceived a problematic manifested from the students to the U.C.V Social Communication Faculty, represented by an attitude of low motivation, expressed in examples such as lack of initiatives and participation among others characteristics.

By means of theory investigation we understood that de process of change, the committed attitude and the apathy where indispensable terms in way to analyze the problem and take action for it.

In the course of a practical study with a questionnaire we interviewed the students from our faculty to corroborate our hypothesis witch consisted in a disregard from the academic institution to the students.

Because of the impact that a mass media offers to send a message we considered that the creation of one, owned of our school, could leave behind the existing disinformation in order to reinforce positive attitudes for the students.

### **KEYWORDS:**

Web Radio, Blog, Internet, Apathy, Rookie, Change, Own.

# ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	
1. Formulación del Problema	5
2. Justificación	6
3. Alcance	7
4. Objetivos	
4.1. General	8
4.2. Específicos	9
5. Limitaciones	9
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</b>	
1. La Escuela de Comunicación Social y la falta de motivación	
1.1. Un problema complejo: Síntomas y soluciones	10
1.2. El estudio	11
1.3. La apatía	11
1.4. El sentido de pertenencia	12
1.5. El cambio	14
2. Radio Web	16
2.1. Breve historia de la radio	17
2.2. La radio en Venezuela	20
2.3. El salto hacia la Internet: La radio Web	21
2.4. Ventajas frente a otros medios	23
2.5. El Lenguaje Radiofónico	26
2.5.1. La Palabra	26
2.5.2. La Música	27
2.5.3. Los Sonidos	27
2.5.4. El Silencio	27
2.6. El Guión Radiofónico	28
2.6.1. Tipos de Guiones	28
2.7. Planeación y producción de un programa radiofónico	29
2.8. Géneros radiofónicos	32
3. El Blog y Web 2.0	
3.1. La revolución digital	35
3.2. Universo 2.0	37
3.3. El Weblog	41
3.3.1. Breve Historia del Weblog	42
3.3.2. Características de los blogs	45
3.3.3. ¿Cómo crear un blog?	47
3.3.4. Elementos del blog	48
3.4. El blog como comunidad virtual	49
<b>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO</b>	
1. Diseño de la Investigación	54
2. Nivel de la Investigación	55

3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	55
4. Población y Muestra	56
<b>CAPÍTULO IV. NOVATOS FUIMOS TODOS. LA PROPUESTA</b>	
1. Weblog: novatosfuimostodos.blogspot.com	59
1.1. Forma	59
1.2. Color	59
1.3. Tipografía	60
1.4. Medidas y Estructura	61
1.5. Logo	62
1.6. Contenido	63
2. Programa Radio Web: Novatos Fuimos Todos	
2.1. Concepto e Imagen	71
2.2. Sinopsis	72
2.3. Estructura	73
2.3.1. Presentación	74
2.3.2. Saludo/Tema de Introducción	74
2.3.3. La Ruta del Comunicador	74
2.3.4. Trámites	75
2.3.5. Recomendaciones de la Semana	75
2.3.6. Los Rounds de Consejos	75
2.3.7. Despedida	75
2.4. Música	76
2.5. Transiciones y Premoniciones	76
2.6. Promoción	77
2.7. Guión Literario	77
2.8. Guión Técnico	79
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES</b>	129
<b>LISTA DE REFERENCIAS</b>	132

## INTRODUCCIÓN

La percepción, confirmada por nuestra experiencia en el paso por la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V., referente a problemas como la falta de identificación de los estudiantes con su institución, el descuido hacia sus instalaciones, el escaso sentido de pertenencia y la carencia de iniciativas, manifestados en términos generales por desmotivación, tienen su origen, a nuestra manera de ver, en las escasas herramientas brindadas a los estudiantes desde su ingreso por parte de la institución, lo que constituye el problema principal a abordar en este trabajo.

Para profundizar en el problema haremos una investigación que nos permita un basamento teórico, así como un estudio práctico a través de un cuestionario, con el cual buscamos resultados tangibles sobre las causas y consecuencias del problema planteado.

Nos proponemos presentar una solución a esta problemática, a través de un medio de comunicación social propio de la escuela, que permita sensibilizar de manera más rápida y cercana a las personas con un mensaje, con la finalidad de informar al estudiante y reforzar conductas positivas para su entorno académico.

Antes de entrar en consideraciones sobre el medio de comunicación elegido, nos pareció necesario hacer una breve exposición sobre el avance de las comunicaciones.

Además de brindarle un significado a todo lo que forma parte de nuestro mundo, la comunicación tiene como propósito fundamental acortar las distancias físicas, por lo que se han inventado instrumentos a lo largo de la historia como el telégrafo, el código Morse, el telegrama, el teléfono, por mencionar algunos.

La radio marcó el inicio de un gran avance ya que utilizó el mismo principio de Graham Bell de reproducir la voz humana a través de cables eléctricos, unido al descubrimiento de Heinz Rudolf Hertz de las ondas electromagnéticas y su capacidad para transportar señales de un punto a otro sin necesidad de estar unidos por un cable.

Los avances tecnológicos tienen una relación intrínseca con el desarrollo de los medios de comunicación, debido a que gracias a la tecnología, no sólo se han acortado las distancias físicas, sino logrado grandes pasos en lo que se refiere a inmediatez, rapidez, efectividad, practicidad, sencillez, alcance, perdurabilidad, transportabilidad y un sinnúmero de ventajas adicionales, lo que ha transformado el pensamiento humano y la forma de comunicarse.

Si en el presente es posible tener acceso a cualquier información situada al otro lado del mundo en un tiempo inmediato, o se nos hace posible comunicarnos con un dispositivo que está en el espacio exterior, parece predecible suponer que a medida que transcurran los años, y continúe una indetenible vorágine de descubrimientos tecnológicos, los medios de comunicación y las formas de comunicarse van a seguir avanzando a pasos inimaginables.

Para la creación de un medio de comunicación propio, elegimos a la radio por ser un medio con gran alcance, que brinda más posibilidad de imaginación, además de ser considerablemente más económico en costos de producción que otros medios.

Conectamos estas virtudes con la Web 2.0, por brindar un sinnúmero de ventajas para los usuarios, debido a que integra todo tipo de contenido: video, música, imágenes, sonido, juegos, animaciones, podcasts, hipertexto, o chat para actuar en conjunción de la interactividad.

El sociólogo español Zárraga, con 30 años de experiencia en el área de las comunicaciones humanas y Director de Argo, el portal español especializado en tecnología e Internet, destaca en su artículo *Los Medios de Comunicación en Internet* que "...es un canal (...) que soporta sin dificultad el tráfico de todos los medios de comunicación (es decir, es un canal multimedia)".

La Web 2.0 ofrece al mismo tiempo varias herramientas donde el internauta puede navegar y explotar sus beneficios de tipo multimedia sin necesidad de tener grandes conocimientos de informática. Una de ellas es el blog.

El blog se puede definir como una bitácora donde el usuario publica cualquier contenido de su preferencia a través de las diferentes opciones que el amplio soporte multimedia permite; esta bitácora se construye a medida que se publican las entradas; permite que cualquier usuario lo alimente con su contenido sin tener la necesidad de poseer un conocimiento exhaustivo en lenguaje, programación o diseño web.

Otra ventaja que ofrece el blog es que generalmente es de carácter gratuito y a su vez, permite la retroalimentación de quienes naveguen en el sitio, dando la posibilidad de publicar respuestas y comentarios de los contenidos que se encuentren publicados, con el fin de crear una comunidad.

Aunque existen muchos tipos de blogs, especializados en diferentes tipos de contenido, para efectos de esta investigación, ahondaremos en los radioblogs, los cuales tienen como prioridad la publicación de contenido auditivo radiofónico, sin dejar a un lado, las respuestas o comentarios de los visitantes del site.

La exposición de contenido auditivo no abandonará las características propias del medio radiofónico, como su lenguaje, estructura o técnicas, sólo que en este caso estará disponible y será difundida a través del Internet.

En resumen, nuestro proyecto se propone atacar el desconocimiento que existe sobre los diferentes aspectos de la carrera de Comunicación Social de la U.C.V. con la transmisión de información relevante, que sirva como una red social que una a la comunidad estudiantil y que funcione como medio de entretenimiento para los estudiantes de los primeros semestres y a los que están próximos a comenzar la carrera.

El presente trabajo de investigación tendrá como sustento teórico el desarrollo de los estudios relacionados con la problemática de la relación de los estudiantes con la escuela, la explicación del estudio realizado, causas, consecuencias y características de la conducta.

Justificaremos el uso de la radio como el medio elegido e nuestro proyecto, explicando su historia y el proceso que generó el salto hacia la Internet convirtiéndolo en radio Web, sus ventajas frente a otros medios, el lenguaje

radiofónico utilizado en la actualidad, la explicación de detalles relacionados como lo son la elaboración de un guión radiofónico, tipos de guión, planeación y producción de un programa de radio y descripción de los géneros más usados.

De igual manera, se desarrollará todo lo referente al uso del Blog como herramienta comunicacional, su relación con la Web 2.0, la incursión de la comunicación en el proceso de la revolución digital; el Universo 2.0 y su influencia en el Weblog; y el uso del blog como medio integrador en la comunidad virtual.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1. Formulación del Problema

Los cambios, en general, son difíciles de asimilar para el ser humano, por lo que requieren de un tiempo para ser digeridos. Consideramos que la información es una de las herramientas más útiles para facilitar la adaptación a los procesos de cambio.

Para el estudiante recién ingresado a la escuela de Comunicación Social de la U.C.V existe muy poca información que pueda ayudarlo en su proceso de cambio, por ende el acercamiento al nuevo contexto en donde se encuentra se retrasa, dejando una notable distancia con su casa de estudios y sembrando una actitud apática ante todo su contexto.

Una de las maneras más efectivas para informar y por ende involucrar a un estudiante es un medio de comunicación, especialmente, si está respaldado por la Internet, debido a las ventajas que este medio posee. La radio Web y el blog se sitúan dentro de los medios más importantes en la actualidad para sensibilizar a las personas con un mensaje.

La radio Web posee las mismas características de la radio tradicional, con virtudes adicionales que lo hacen sumamente eficiente para enviar cualquier tipo de información. El blog, por su parte, ofrece el poder de la Web 2.0, que se basa en la interactividad por excelencia: todos los usuarios registrados en una página pueden participar en la construcción continua de la misma.

A su vez, estos medios tienen la ventaja de ser atemporales, lo que brinda la posibilidad de ser sintonizados a cualquier hora, en cualquier lugar, y fueron elegidos por nosotros por tener el dinamismo necesario para entrar a una audiencia exigente como los jóvenes estudiantes.

La propuesta de este trabajo de investigación consiste en realizar un programa de radio Web semanal que tenga como contenido principal información completa y didáctica para que el estudiante pueda involucrarse a su

nuevo ambiente de manera más rápida. Esto a su vez, estará alojado en un blog con un contenido adicional, respaldado por una propuesta multimedia muy atractiva.

## **2. Justificación**

Entre los estudiantes que ingresan a la escuela de Comunicación Social de la U.C.V existe una gran desinformación sobre diferentes aspectos relacionados con la carrera, la casa de estudios, y el sistema de educación superior.

A esto se agrega los pocos mecanismos con los que cuenta la Escuela, y la U.C.V en general, para otorgarle al estudiante la información requerida para aclarar cualquier duda que pueda presentar para su adaptación y buen desempeño.

Para sentir el deseo de alimentar a su escuela con propuestas, iniciativas, cuidado o mantenimiento es indispensable que exista un sentido de pertenencia del estudiante con su institución.

A través de este proyecto nos hemos propuesto crear un mecanismo que contribuya a acercar a los estudiantes con la escuela, con el fin de que las nuevas generaciones tengan un mayor nivel de compromiso.

Consideramos que la creación de un medio de comunicación propio de la escuela resultaría de gran utilidad para lograr una mayor integración del estudiante con su entorno. A su vez, respaldado con un contenido que haga recomendaciones pertinentes, brinde explicaciones de las materias del pensum, explique quiénes son los profesores de cada cátedra, con informaciones adicionales como tips, eventos universitarios, noticias, consejos, historias, mitos, anécdotas, entre otros para hacer un programa variado y dinámico.

El testimonio de estudiantes de los últimos semestres tiene la intención de mostrar con mayor perspectiva la satisfacción de estudiar la carrera de Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela desde el inicio.

### **3. Alcance**

El programa de radio Web es de tipo magazine y se realiza a manera de piloto, el cual está publicado en una página Web tipo blog diseñada por los estudiantes de la investigación. Se hará una sola entrega del programa y del blog que sirva de muestra para proyectar de manera práctica y tangible la propuesta que se crearía semanalmente en caso de que el proyecto fuera producido. El blog está alojado en la Internet para la disponibilidad de todos los usuarios y tiene como elemento principal el programa de radio, en su contenido.

El programa radio Web tiene una duración de media hora. Está dedicado enteramente a los estudiantes de los primeros semestres de la escuela de Comunicación Social y es conducido por quienes realizan esta investigación. En el programa se usa un lenguaje sencillo, directo, y respetuoso, que a su vez identifica y representa al estudiante común.

La publicación del programa en el blog hace posible que la sintonización del programa se haga en la fecha y a la hora que el estudiante lo desee. El blog también está sustentado con vínculos a páginas webs importantes para los comunicadores, con un contenido de información oportuna, artículos, recomendaciones audiovisuales, talleres, cursos, entre otros con el fin de otorgar un contenido versátil y útil al estudiante.

El blog también tiene como propósito ser el espacio de creación de una comunicad virtual de la escuela de Comunicación Social, ya que quienes formen parte de ella pueden publicar cualquier información que deseen, comunicarse con otros estudiantes o comentar cualquier punto del contenido con el fin de interactuar y crear una relación de empatía entre todos los usuarios. A su vez, pueden expresar sus sugerencias, inquietudes o dudas que tengan para ser tomadas en cuenta en la próxima edición del programa.

El blog donde está el programa radio Web tiene el peso y el impacto visual necesario para atraer a los estudiantes. Una imagen fresca y representativa acerca de cómo es un estudiante de Comunicación Social de la U.C.V.

## **4. Objetivos**

### **4.1. General**

Diseñar y producir un programa de radio Web de tipo magazine dirigido a los estudiantes de los primeros semestres de la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V, disponible en un blog multimedia que tiene como función crear una comunidad virtual para fortalecer los nexos de integración entre el estudiante y la Escuela además de brindar un apoyo multisensorial a través del respaldo de fotos, videos y música.

### **4.2. Específicos**

- Estudiar las necesidades del estudiante recién ingresado; y sus gustos en cuanto a contenido y forma.
- Brindar una guía básica informativa al estudiante.
- Proponer un medio que integre a los estudiantes con las actividades dentro y fuera de su Escuela que contribuyan a su crecimiento profesional.

## **5. Limitaciones**

Las limitaciones de contenido que encontramos fueron de información. Debido a que está poco estudiado el tema sobre la influencia de un programa de radio o una comunidad virtual en el rendimiento y sentimiento de pertenencia de un estudiante con su casa de estudios.

Las limitaciones técnicas surgieron por la dificultad de contar con los instrumentos básicos para grabar y editar las locuciones del programa de radio. Una computadora con altos requerimientos de hardware y software son instrumentos fundamentales para la producción del programa radio Web y el blog. A su vez, es indispensable contar con un conocimiento técnico previo

sobre producción radiofónica como de diseño gráfico y Web 2.0 para la elaboración de una página atractiva y funcional.

Por último, existieron limitaciones económicas que actuaron al momento de la producción y post-producción del programa de radio Web.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1. La Escuela de Comunicación Social y la falta de motivación**

##### **1.1. Un problema complejo: Síntomas y soluciones.**

Resulta común en la escuela de Comunicación Social de la U.C.V escuchar a los estudiantes decir que más allá del interés por asistir a las clases regulares, no existe ningún tipo de iniciativas de vinculación con la escuela.

Aunque casi toda la población estudiantil está conciente de la necesidad de realizar mejoras a las instalaciones e infraestructura, la actualización del personal, contratación de profesores más capacitados, la reforma del pensum, búsqueda de fondos económicos, planificación de actividades nuevas o la creación de un medio de comunicación propio, resulta una paradoja que la mayoría de las personas no tengan propuestas para que estas metas se hagan posible. A su vez, también existe una falta de compromiso con la propia escuela que se ejemplifica con maltratos a su estructura, como baños, pupitres, salones de clases, paredes, entre otros.

Este tipo de actitudes exhiben una evidente desmotivación del estudiante hacia su entorno, lo que nos envía un mensaje acerca de la profundidad de los problemas que se afrontan, que no sólo requieren de mucha atención sino de acciones concretas para atacarlos, ya que se han convertido en el origen de una problemática compleja.

Para atacar el problema desde la raíz creemos que hay que entenderlo en su totalidad, por lo que es indispensable analizar las razones de la indiferencia estudiantil. Encontramos tres términos básicos que se convierten en la columna vertebral de nuestro problema: Proceso de cambio, apatía y sentido de pertenencia son las palabras claves para el estudio que nos proponemos.

## 1.2. El estudio

Para obtener resultados tangibles hicimos un estudio de campo en la propia escuela de Comunicación Social de la U.C.V, con el fin de obtener en porcentajes la cantidad de estudiantes que manifiestan un comportamiento desmotivado, lo que nos hará comprender las causas y consecuencias.

El estudio fue realizado durante el mes de marzo del año 2009 y consistió en un cuestionario de 15 preguntas, con una muestra total de 50 estudiantes ubicados entre el primero y el décimo semestre de la carrera, con el objetivo de entender los diferentes puntos de vista a lo largo de las experiencias de cada etapa de la carrera.

Con los resultados corroboramos que el síntoma de desmotivación está presente en todos los semestres de la carrera, por ende la padecen la gran mayoría de los estudiantes, sin importar su etapa en la promoción.

## 1.3. La apatía

Partimos del supuesto de que las horas académicas son el inicio y también el fin de la participación de cada estudiante con la escuela. Debido a que los estudiantes no sienten a su casa de estudios como propia, no se motivan para tomar acciones que repercutan positivamente.

La página web *Psicopedagogía*, define el término de Apatía como:

Trastorno de la afectividad que se caracteriza por la impasibilidad de ánimo, estado de indiferencia frente a las personas, el medio o los acontecimientos, que trae consigo una alteración en la capacidad de expresión afectiva por parte del individuo frente a toda una serie de estímulos externos e internos.

El 92% de los estudiantes entrevistados respondieron afirmativamente a la presencia de la apatía en la escuela.

---

· Ver Marco Metodológico, página 57.

Con el fin de adentrarnos en detalle respecto a la manifestación de la apatía en cada individuo realizamos preguntas abiertas a través de nuestro cuestionario. Aquí las respuestas más comunes escritas por los estudiantes:

- “A la gente no le importa lo que pasa en la escuela”
- “Falta de cuidado hacia las instalaciones”
- “Falta de iniciativas para mejorar a la escuela”
- “Poca preocupación por problemáticas internas”
- “Poco interés por eventos de la escuela”

#### **1.4. El sentido de pertenencia**

Un sinnúmero de factores contribuyen al proceso de identificación de los seres humanos con su entorno. La identificación es un factor primordial para la motivación de acciones, y a su vez ayuda a generar un sentido de pertenencia más estrecho. Simoncini (2008) define el sentido de pertenencia como:

Un elemento primario de arraigo e identificación personal y colectiva. Es expresión concreta de adhesión a rasgos específicos y característicos de la cultura que sintetizan perfiles particularmente sentidos de identidad cultural; por lo que resulta importante en las estrategias promotivas para el desarrollo protagónico.

Estas características referidas al sentido de pertenencia están poco presente en nuestra población, por lo que creemos que el tipo de formación que se implementa en la escuela repercute en una falta de identificación por parte de los estudiantes tanto personal como colectivamente.

Consideramos que la atención al estudiante se centra sólo en la formación profesional sin tomar en cuenta la importancia de la vinculación con su casa de estudios como un parte importante de un proceso integral.

Si en el proceso de enseñanza se realzaran los valores y el orgullo de pertenecer a la escuela de Comunicación Social de la U.C.V, habría un mayor sentido de identificación y de pertenencia.

Barbarito y Montero (2007) en el artículo llamado *Sentido de pertenencia: Formas de reforzarlo*, publicado por el Instituto Antártico Argentino, señalan respecto al sentido de pertenencia que “la filiación o ligazón existente en el grupo o en la institución es fundamental para la organización y el desarrollo del grupo”.

Al preguntar en nuestro cuestionario sobre la cercanía de la escuela como institución hacia los estudiantes, un 88% respondió que la institución no se preocupa por lograr una relación estrecha con ellos, lo que evidencia un vacío importante en la filiación estudiantil en el sentido de pertenencia. A nuestra manera de ver, la falta de identidad repercute en un bajo sentido de pertenencia lo que conduce a una actitud apática.

En otras cifras, observamos que el 92% de los estudiantes consideraron que la escuela no informa sobre actividades extracurriculares disponibles. Esto refleja que el estudiante considera que la escuela no le proporciona la información necesaria, para poder aprovechar toda la programación de opciones disponibles para su formación como comunicador social. En resumen, se evidencia la falta de cercanía de la escuela son sus estudiantes y el desinterés en notificarle informaciones relevantes.

## **1.5. El cambio**

Cualquier proceso de cambio es generalmente dificultoso para el ser humano por lo que requiere de una atención especial. Todo lo que signifique un cambio de rutina, lugar, estímulo, círculo social, entre otros tardará un tiempo en asimilarse y por esa razón es muy importante atender correctamente a estos procesos.

El cambio del bachillerato a la universidad es proceso sumamente complejo al que se le ha subestimado en gran medida. Es una de las

problemáticas más importantes por la transición que simboliza en una edad en particular, haciéndolo necesario de analizarlo, entenderlo y tomar medidas para su travesía. Aguilar (2005) revela en su artículo *La transición a la vida universitaria: Éxito, fracaso, cambio y abandono*, que “en este tipo de proceso de cambio intervienen varios aspectos del ingresante como del entorno puede resultar favorable pero también problemática y dificultosa”.

Existe un sinnúmero de factores psicológicos de mucho peso entre el ciclo medio y el universitario que hay que abordar cuidadosamente para adaptar correctamente al estudiante. Según Saénz, Rengifo y Vera (2009) la alteración de los procesos cognitivos, afectivos, neurovegetativos y del sueño, junto con problemas de alimentación y tensión muscular son algunos de los síntomas normales que se muestran en esta clase de transiciones.

Acompañadas a su vez, según las autoras mencionadas, por problemas de ansiedad como la desmotivación, ciertas confusiones con respecto a la elección de carrera, desinformaciones sobre la vida universitaria, sobre los planes y contenidos de las carreras, pobre formación académica previa, sentimientos de inadecuación e inseguridad, y descenso de la autoestima entre otras cosas, por lo que hay que estar sumamente atento para evitar estas sensaciones.

Un 70% de los estudiantes encuestados piensan que el proceso de cambio del bachillerato a la universidad fue dificultoso, lo que evidencia las afirmaciones antes mencionadas que describen un problema inicial de mucha relevancia, necesario de abordar.

Entre los factores que inciden en las dificultades de adaptación del estudiante se encuentran, entre otros, el cambio a otra ciudad, la separación del hogar y de su entorno afectivo más cercano

El estudiante empieza a relacionarse con un nuevo círculo social, tanto compañeros como profesores. Sobre este asunto Aguilar (2005) señala “...que el soporte social de los compañeros, amigos como las acciones institucionales para facilitar la integración y para establecer las relaciones sociales del estudiante tiene una importancia clave en esta transición”

Esta afirmación coincide con lo que nos parece importante resaltar de estos estudios. El hecho de que se hace indispensable el soporte sobretodo de la institución. Nuestros estudios indicaron que un 66% de los estudiantes creen que la escuela no les ayudó a asimilar su proceso de cambio.

Estas cifras son la razón principal por la que hacemos la propuesta de un programa radio Web. Creemos que iniciativas de esta índole, provenientes de la escuela, harían el cambio mucho más sencillo e integrarían al estudiante de una manera significativa. Consideramos estratégico empezar a enfrentar el problema que genera el cambio, para reforzar seguidamente el sentido de pertenencia con el fin de combatir la apatía.

## **2. Radio Web**

Antes definir el concepto de Radio Web es necesario, en primera instancia, hablar de la radio tradicional. La radio es un medio de difusión masiva que consta en la transmisión de un mensaje determinado de forma directa y personal, con el objetivo de brindarle al receptor un cierto grado de participación en el acontecimiento, noticia o producción que se esté transmitiendo. La radio posee la cualidad de ser uno de los medios de comunicación con mayor alcance.

Dado a que nuestra investigación no está sustentada en la radio tradicional, resulta poco pertinente detenerse a estudiarla de manera exhaustiva. La diferencia más notable entre los dos tipos de radio es la transmisión, ya que radio tradicional viaja a través de ondas hertzianas, y la Web por la Internet.

La radio Web es una plataforma muy reciente, lo que dificulta establecer una definición clara, aún para los especialistas de la materia. Se hace difícil diferenciar si la radio Web es un medio de comunicación innovador, una propiedad de la Internet, o una nueva plataforma.

Rodero, doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca, Directora del Postgrado Universitario de Locución Audiovisual, comenta en un artículo llamado La Radio por Internet lo siguiente: "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”.

Cebrián (2001), Delegado de la Universidad Complutense en la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), establece en su libro *La radio en la convergencia multimedia*, lo siguiente:

De momento hablamos de radio por Internet o de periódico por Internet, pero no son denominaciones exactas, lo mismo que tampoco fueron correctas las de periódico por radio (diario hablado) o periódico por televisión (telediario). Por estos errores iniciales de concepción, la radio tardó en desarrollar con autonomía la información. De hecho todavía quedan resistencias en determinados profesionales y docentes que persisten en ‘redactar’ para radio y para televisión. No podemos incurrir en lo mismo a la hora de abordar Internet (p.19).

Gutiérrez (2008) también toma participación cuando hablamos de radio Web estableciendo que una nueva plataforma y algo más que un altavoz digital de la radio convencional, agregando que no tiene fronteras de tiempo, ni espacio incorporando, además, la posibilidad de incorporar nuevos lenguajes que aporten la visión de una nueva cultura multimedia e hipertextual. Lo cierto es que, unos lo consideren un nuevo canal para comunicar y otros como una versión tecnológica de la radio tradicional.

Es importante para esta investigación contextualizar el punto de la historia donde radio tradicional evolucionó hacia Internet.

## **2.1. Breve historia de la radio**

La radio recorrió un largo trecho para convertirse en el poderoso y versátil medio que es hoy en día, cambiando continuamente desde su invención hasta el posterior uso masivo. Hacemos hincapié en sus momentos más trascendentales a nivel mundial, al igual que sus inicios en Venezuela.

Los orígenes de la radio comenzaron con el resultado de innumerables investigaciones que tenían como fin desarrollar la electricidad a través de la creación de diversos aparatos: se destaca, el electroimán entre ellos.

Alexander Graham Bell (1847- 1922) logró reproducir la voz humana a través de cables eléctricos en 1876, marcando el inicio de lo que más adelante se convertiría este medio de comunicación. Sin embargo fue Heinz Rudolf Hertz (1857 - 1894) quien descubrió las ondas electromagnéticas, transportadoras de señales a la velocidad de la luz, por la necesidad de buscar una mejora sustancial de los procesos comunicacionales conocidos hasta ese momento.

Paralelamente entre Italia y Gran Bretaña en los años de 1895 y 1896, se hicieron las transmisiones a varios kilómetros de distancia de la mano de Guglielmo Marconi, la onda electromagnética se había “modulado”.

Villasmil (2005) en su libro *Teoría y práctica de la Radio* establece:

Logró uno de los grandes saltos en la historia de la comunicación, al transmitir, sin utilizar cable, un mensaje transoceánico en código Morse entre Inglaterra y Terranova, cubriendo una distancia aproximada de 3.300 Km. (p. 10).

Con apenas veinte años, Marconi estaba al tanto de todas las investigaciones y experimentos realizados por Hertz. En 1897 patentó el telégrafo inalámbrico en Inglaterra, cubriendo diferentes distancias.

Este avance permitió conocer la forma de transmitir mensajes de un lugar a otro a través de un cable, y a su vez lo que dejó como próximo objetivo, realizar el mismo procedimiento de manera inalámbrica.

Villasmil (op. cit.) relata qué sucedió en lo que se conoce como la primera emisión de radio:

No es sino hasta el 24 de diciembre de 1906 que se realiza la primera transmisión de radio. F.A. Fessenden, desde Brand Rock, Massachussets quien pone en el aire su voz leyendo poemas, unos músicos haciendo lo suyo y una charla, programa este que es escuchado por los barcos que están hasta unas 100 millas de la costa. (p. 12).

Las primeras emisiones al público se iniciaron en 1912, aunque para la época los expertos comenzaron a preocuparse por el alcance del público a la radio, como consecuencia de la ineficiente comunicación que se suscitó en el hundimiento del barco Titanic.

Después de muchos experimentos nació la radio comercial en 1922 y un año más tarde comenzaron las transmisiones de narraciones de historias, lo que resultó ser un éxito para la audiencia.

Villasmil (op. cit.) al respecto comenta:

Surgió entonces, muy rápidamente, la necesidad de adoptar nuevas vías de financiamiento, más seguras y con menos competencia. En esta búsqueda la estación WAAF, de Long Island, Nueva York, propiedad de la American Telephone & Telegraph (AT&T), realizó en 1922 la que es considerada como la primera Transmisión publicitaria. Esta emisora contrató con una empresa constructora la puesta en antena de una charla de aproximadamente 10 minutos – modalidad llamado hoy *Infomercial*-, en la que se presentaba las ventajas de un complejo habitacional. Este evento constituyó el primero en ser transmitido con el propósito de vender un producto. (p. 12).

Para 1931 las estaciones comerciales habían proliferado en Estados Unidos, lo que trajo como consecuencia una lucha entre este recién surgido medio masivo y la prensa escrita. Los expertos de la comunicación comenzaron a depositar su confianza a la radio como el nuevo medio por excelencia, lo que despertó en la mayoría de las personas un gran afán por ser partícipes de este fenómeno.

## **2.2. La radio en Venezuela**

La radio en Venezuela comenzó en 1926, cuando los caraqueños quedaron sorprendidos ante la construcción de dos torres metálicas que se levantaron en uno de los corrales de Nuevo de Circo , en la ciudad de Caracas.

Aquellas torres pertenecían a la Emisora A.Y.R.E, que obtuvo el primer permiso para una estación de radiodifusión en Venezuela, otorgado por Juan Vicente Gómez, como obsequio al General Arturo Santana. Al momento de salir al aire no contaban con una programación atractiva. Por la mañana leían las noticias del diario y transmitían música de discos. Por la noche, colocaban una orquesta de salón y algunas secciones de comedia. En el interior la transmisión era muy deficiente porque se escuchaba con interferencias y la señal saltaba repetidamente. Finalmente, la emisora no dio los resultados esperados.

Después de un lapso de silencio radiofónico, el 9 de diciembre la emisora Broadcasting Caracas realizó su primera transmisión instalada en los altos del Almacén Americano. William H. Phelps, propietario del establecimiento comercial, se interesó por el negocio de la radio y le dio la oportunidad a Edgard Anzola de liderar la emisora, que se convirtió en pionera de la radiodifusión venezolana. A su vez, se identificó con las siglas YV1BC y YB2BC, para la onda larga y la corta respectivamente.

Entre las estaciones que marcaron el inicio de la radiodifusión en el país podemos mencionar: Radio Caracas Radio (Caracas, 1930), radiodifusora Venezuela (Caracas, 1931; La Voz de la Esfera, hoy Radio Continente (Caracas, 1939), La Voz de Carabobo (Valencia, 1934), Emisora Unidas (Caracas, 1935), Ecos del Zulia (Maracaibo, 1936), Ondas del Lago (Maracaibo, 1936), Radio Valencia (Valencia. 1936) , Radio Libertador (Caracas, 1937)m, Radio Barquisimeto (Barquisimeto, 1937), Ecos del Orinoco (Ciudad Bolívar, 1938) Emisora Vargas (La Guaira, 1938), Radio Barinas (Barinas, 1938), Radio Trujillo (Trujillo, 1940)y Radio coro (Coro, 1940).

### **2.3. El salto hacia la Internet: La radio Web**

Una vez que los Medios de Comunicación decidieron abandonar los canales regulares para apoderarse de los beneficios de la World Wide Web (WWW) con la llegada de la Internet, la radio empezó a disfrutar de ventajas adicionales.

La primera estación de radio por Internet, fue “Internet Talk Radio” desarrollada por Carl Malamud en 1993. Malamud utilizaba para la transmisión de su emisora una tecnología llamada MBONE (IP Multicast Backbone on the Internet), cuyo principio, consiste en una red virtual que permite, entre otras cosas, la transmisión de videoconferencias a gran escala entre un servidor principal y un grupo de receptoras. (Villagrán, 2008).

Sin embargo, algunos expertos en materia multimedia aseguran que fue “Radio HK” la primera emisora exclusiva de Internet, creada por Norman Hajjar y el laboratorio Hajjar/Kaufman New Media Lab de California, donde se emitía música de bandas independientes, con un reproductor de CDS y un programa de conferencias Web llamado CU-SeeMe.

Hoy en día, estaciones de radio por Internet como VoyagerRadio, YRadio.fm, Cyberexitos.com, RadioFresno.net entre muchas otras, utilizan la tecnología de servicios Web que proveedores como Live365 ofrecen. Sin embargo fue en el año 2003 cuando se puede decir que la radio por Internet alcanzó un auge importante con el lanzamiento del Sistema Operativo de Microsoft dedicado a servidores: Windows 2003 server. Este permitía un ancho de banda suficiente para que miles de oyentes pudieran conectarse a una transmisión única, de forma estable y con una calidad de sonido de hasta 128 kbps, lo que equipara la misma calidad de la Frecuencia Modulada tradicional.

Por su parte, Lemos (2003), catedrático de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora e investigador, afirma en su artículo *La Radio en Internet* que la Internet no sólo es un nuevo soporte de comunicación, sino que es un medio nuevo que complementa a los ya existentes, que ocupa su propio espacio e influye e interactúa con los demás.

Incluso, da su veredicto respecto a la integración de la radio con la Internet. Para el autor, se vio favorecida por dos procesos que se dieron en paralelo:

- 1) El acceso masivo por parte de los estudios de grabación y emisión de programas de radio a los ordenadores, base de datos y redes. Antes reservados

sólo a las grandes empresas,

2) La conclusión de la cadena tecnológica del DBA (Digital Audio Broadcasting o red digital de audio) durante la década del 90, que permitió la integración de datos en las emisiones, con texto, interactividad, e información gráfica.

Sin embargo, Lemos considera que el elemento más importante para este salto hacia un mundo tecnológico más avanzado fue el elemento “marketing”, porque las emisoras radiofónicas se dieron cuenta de la dificultad de mantenerse aislados de la evolución radiofónica, lo que los hizo apostar por marcar su presencia en la red.

En un principio, las emisoras de radio se limitaban en promocionar su programación. En una segunda etapa incorporaron audio real, lo que significa la retransmisión de sus programas en Internet. En la actualidad, agregaron la Internet como nuevo medio de comunicación a sus programaciones, retroalimentando sus contenidos con e-mails, chats para oyentes, o foros de debate sobre temas que se tratan en los mismos programas. (Lemos, op. cit.)

El fenómeno de radio Web se puede percibir como una extensión de la propiedad multimedia de la Internet 2.0 con la suma de las técnicas de la radio tradicional. Creemos que esta fusión de medios de comunicación tiene una cantidad innumerable de beneficios, que recién comienzan a surgir, y que a su vez promete seguir desarrollándose.

#### **2.4. Ventajas frente a otros medios**

Tal como lo define Zárraga (op. cit), “la principal ventaja que debemos comprender que le ha sido otorgada a la radio con su inclusión en Internet, es que ahora se han fortalecido, enriquecido y fortalecido las ventajas que ya tenía con la radio tradicional”.

El profesor Zavarce (1996), Investigador del Programa Permanente de Estudios Postdoctorales de la U.C.V., en su libro *Secretos de la Producción*

*Radiofónica*, sintetiza las características de la radio como medio de comunicación. Parafraseando lo que propone, encontramos lo siguiente:

- **Cobertura y alcance:** El alcance que tiene la radio es una de sus mayores virtudes. Llega a cualquier lugar, sin importar su lejanía, lo que garantiza una eficiente difusión del mensaje. Además, la potencia que le otorga la fusión con el Internet repercute en un mensaje que puede estar al alcance de cualquiera. Adicionalmente otorga la posibilidad de encontrar lo que se desee en cualquier lugar del mundo, sin importar el país donde se encuentre.

- **Simultaneidad:** Las transmisiones satelitales, las redes o circuitos radiales permiten la presencia de una señal o transmisión en el mismo momento a pesar de los diferentes husos horarios en diversos lugares por distantes que sean. Puede escucharse en todas las partes del mundo al mismo tiempo, si así cada quien lo desea.

- **Instantaneidad:** Es un medio muy directo y conciso que no necesita de una preparación demasiado compleja para salir al aire en comparación con los otros medios de comunicación.

- **Afectividad:** La radio es considerado el medio más afectivo, el que llega con mayor fuerza a la sensibilidad y a las emociones de la gente.

- **Estímulo a la imaginación:** Difícilmente, otro medio puede influir tanto en la imaginación como lo hace la radio. Estudios de los procesos perceptivos del ser humano indican que el cerebro tiende a convertir aquello que recibimos sólo por el oído en imágenes mentales.

- **Cercanía:** La radio tiene una relación especial de complicidad con el oyente ya que generalmente su sintonización es una actividad que se realiza individualmente. En el caso de la radio web sucede lo mismo, ya que las personas tienden a escucharlo desde la comodidad donde se encuentre su

computadora, lo que hace que el individuo preste más atención al mensaje emitido.

- **Costos de operación:** Es el medio de comunicación que tiene los más bajos costos de operación ya que no necesita de una exhaustiva producción. Si es comparado con la televisión o el cine, las producciones radiofónicas pueden realizarse con poco personal y mediante la operación de equipos de gran sencillez. La radio web es incluso más económica porque no se requieren equipos de transmisión satelital, antenas parabólicas o repetidoras, basta con \ subirlo en la web para tener un alcance mundial.

- **Unisensorialidad:** La radio depende fundamentalmente del trabajo de un solo sentido: la audición, lo que permite al oyente la realización de cualquier otra actividad. Esta virtud puede hacer que las personas estén más dispuestas a otorgarle tiempo al programa que sintonicen.

- **Transportabilidad:** Con el auge de los avances tecnológicos, la radio se puede llevar a cualquier parte sin alterar su practicidad.

Lemos (op. cit) esboza perfectamente lo que podría entenderse como las principales ventajas de la radio Web frente a la radio tradicional: unisensorialidad y la lucha contra la fugacidad.

La unisensorialidad tiene como principal virtud el reforzamiento del mensaje a través de otras vías. Incluir animaciones, fotos, videos o gráficos es una manera de incorporar el sentido visual.

La fugacidad, limitación característica de la radio tradicional queda solventada cuando la página Web aloja el programa, ya que a través de este mecanismo funciona como archivo para las emisiones anteriores, permitiéndole al oyente la posibilidad de regresar, pausar, y continuar escuchando el programa cuando desee.

Sin embargo, esta nueva plataforma presenta desventajas. Los equipos que se necesitan pueden ser mucho más costosos que el uso de la radio tradicional. Además, se convierte en un requisito tener una buena conexión a Internet para poder escuchar el programa con la calidad de fluidez que se merece. (Lemos, op. cit.)

## **2.5. El Lenguaje Radiofónico**

Uno de los elementos que le confiere mayor especificidad a la radio es su particular lenguaje. La radio Web usa las bases del lenguaje radiofónico tradicional. Balsebre (1996), en su obra *El lenguaje radiofónico*, define al lenguaje de la radio como:

Lenguaje radiofónico es el conjunto de formas 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 recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radio-oyentes. (p. 11).

Es necesario aclarar que el lenguaje de la radio no lo conforman única y exclusivamente las palabras, ya que adicionalmente se encuentran la música, el silencio y los sonidos.

Balsebre (op. cit.), los sintetiza de la siguiente manera:

### **2.5.1. La Palabra**

Es un elemento básico en todos los medios, pero más elemental en un medio como la radio ya que es el vehículo que transmite el mensaje. Si bien no es el único elemento, es el más importante y el que jamás debe faltar. Debe utilizarse de manera directa, sencilla y concisa.

### **2.5.2. La Música**

La música tiene en la radio un gran protagonismo y abarca una buena parte de las producciones radiofónicas. A excepción de los programas informativos. La música, constituye un lenguaje universal que puede ser apreciado por personas de cualquier lugar del mundo debido a que es un lenguaje que no tiene fronteras. La música en la radio, cumple labores de ambientación, crear efecto de sugerir escenas, acompañar estados de animo, fungir como lema de identificación, permanecer como fondo y otorgarle identidad a un espacio o a una programación.

### **2.5.3. Los Sonidos**

Son un elemento específicamente radial y a partir de ellos vive y hace vivir su magia, además de ser el responsable de esa posibilidad que tiene la radio de crear imágenes mentales. En lo que al medio radial se refiere los sonidos cumplen dos funciones específicas: uno que es la ambientación espacial que nos refiere a espacios o escenas como países, parques, bosques, playas, trafico, huelgas, tiroteos, entre otros y la otra función es de creación de atmósferas, esta nos señala situaciones, vivencias emociones o expectativas.

### **2.5.4. El Silencio**

El silencio en la radio tienen una notable fuerza expresiva. Es un elemento básico debido al impacto que ofrece al contenido dramático, aunque no se puede abusar en su duración y debe estar justificado.

## **2.6. El Guión Radiofónico**

A simple vista, puede parecer que un programa de radio se realiza de manera improvisada, pero lo cierto es que una debe tener una planificación

especial, además de un elemento primordial que determina la calidad y limpieza de ejecución de la producción: El guión.

El guión radiofónico es la columna vertebral del programa, que muestra cada paso a seguir, tanto en la parte técnica donde se hacen las indicaciones al operador, como en la locución. Aunque el guión es la base estructural que se debe seguir durante el programa, éste puede variar, dependiendo del caso.

El guión muestra el contenido del programa, como el tiempo de duración, los efectos, las palabras y la musicalización. El guión toma otra tonalidad y ejerce gran importancia cuando queremos realizar formatos de más complejidad como documentales o reportajes, donde se hace necesario las intervenciones de diversas voces o efectos especiales, que harán posible la realización completa.

Zavarce (op. cit.), define el guión como: “la materia prima para la elaboración de programas de radio” (p. 18).

### **2.6.1. Tipos de Guiones**

En la producción radial existen dos tipos de guiones:

**Guión Literario:** Describe la presentación de la palabra radiofónica del narrador y proporciona breves indicaciones sobre “puesta en escena” (movimientos de proximidad o lejanía del micrófono), dirección de actores, o trabajo verbal de los locutores. Aquí está presente la selección de contenidos, por lo que está escrito todo lo que el locutor va a decir con sus tiempos exactos y efectos. El locutor marca las entonaciones, los silencios y otras técnicas verbales.

**Guión Técnico:** Se refiere al repertorio de operaciones del montaje radiofónico: figuras de montaje, planos sonoros, canales de entrada de las voces; identifica los efectos sonoros. Habitualmente es el que utiliza el operador de sonido, el postproductor o el responsable del montaje radiofónico. Aquí se describe en que momento se insertan fondos musicales, cortinas de entrada, efectos que ya han sido pregrabados, entre otros.

## 2.7. Planeación y producción de un programa radiofónico

Para lograr que un espacio radiofónico tenga éxito se requiere de la planificación y programación de muchos objetivos. Destacamos los pasos más importantes a realizar:

- **Diagnóstico:** De acuerdo al tipo de programa en mente, se revisan las ofertas existentes en el mercado. Se estudian sus estructuras y lo que le proporcionan al oyente. Esto permite conocer a la competencia y facilita la concepción de un esquema básico para salir al mercado con novedades que permitan conquistarlo (Ibid., p. 30).
- **Formulación de objetivos y diseño de estrategias de acción:** con el estudio previo ya listo, podemos definir nuestro programa. Sobre papel estableceremos los objetivos generales que queremos lograr: conquistar a un público ciertas características; concretar una plataforma donde se discutan los temas deseados; abrir un canal para que clientes de cierto tipo puedan ofrecer sus productos o servicios a la comunidad; entre otros. (Ibid., p. 30).

Una vez cubierta esta etapa, el equipo puede diseñar las estrategias para alcanzar los objetivos referidos, donde se establecerán las necesidades de locución a las exigencias de efectos y musicalización y se dará paso al proceso de planeación del programa.

**Planeación del programa:** Se tomarán en cuenta varias necesidades prácticas:

- **Distribución del espacio:** de acuerdo al tiempo obtenido en la emisora, se dividirá el programa con exactitud en las siguientes partes:

presentación, mención de anunciantes, secciones, cuñeros propios, cuñeros de la emisora y espacios musicales.

- **Empatía entre los locutores:** si se utiliza más de un locutor se debe considerar la necesidad de empatía del timbre vocal y de las personalidades de los participantes.
- **Medición de la cadencia de lectura de los locutores:** una vez definidos los locutores, se les debe hacer una medición de tiempo de lectura, con dos o tres textos distintos, de manera de cotejar la velocidad usual de cada uno y poder garantizar que los libretos serán lo más precisos posible.
- **Elección de los temas:** en función del concepto del programa y con la idea de cubrir los objetivos generales establecidos, se arma cada sección con su debida personalidad. Se crean las cortinas (temas instrumentales) y se eligen los efectos de transición de cada uno. Aquí el musicalizador y el operador juegan un papel primordial. No se debe desentonar con la programación general de la emisora, pero sí definir una personalidad propia que motivará la fidelidad del público.
- **Búsqueda de los materiales (preparación de un archivo):** este trabajo corresponde al libretista; sin embargo, el resto del equipo puede y debe sumarse para que todos sientan una participación real en la producción del espacio. Desde recortes, hasta libros o revistas debe ser catalogado, clasificado y archivado para poder trabajar en función del programa.
- **Preparación de la pauta musical:** Si existe libertad en la emisora, se puede crear una pauta musical propia, si no, es necesario acoger la de la emisora y adecuarla a los requerimientos propios del espacio.

- **Preparación de una efectoteca:** los efectos tienen que ser clasificados por lo que es necesario crear una efectoteca. La mejor manera es realizar fichas y organizarlas por orden alfabético. Lo mismo debe hacerse con las cortinas musicales. El material se irá pasando a cajetines (cartuchos especiales sin fin donde se graban temas cortos como cuñas, efectos y cortinas) debidamente clasificados, para que el libretista los podrá pautar en acuerdo previo con el operador.
  
- **Trabajo de calle:** Si se disponen de reporteros de calle, se pautarán encuestas o entrevistas cortas que deben hacerse con un grabador de mano. En la emisora, se selecciona el mejor material y se ordena según libreto para montarlo en cajetines. Este material puede resultar de un alto valor a la hora de dinamizar el espacio.
  
- **Material para archivo:** Desde la realización del primer programa, es necesario programar la grabación del espacio total que sale al aire. Normalmente, se hace en cinta de carrete o en cassette para archivarlo debidamente. Igualmente es importante, grabar uno o dos programas “colchón”. Estos deben estar pensados de manera que no pierdan vigencia y se puedan lanzar al aire en caso de emergencia (fallas ajenas al equipo); así el programa nunca dejará de sonar y se mantendrá la continuidad.

**Cronograma de actividades y establecimiento de responsabilidades:**

con los objetivos claros, se planifican los programas de cada semana con la mayor anticipación posible, de manera de poder coordinar la preproducción, hacer el trabajo de calle, organizar los archivos hemerográficos, e incluso, grabar en cajetines los efectos y cortinas necesarios.

**2.8. Géneros radiofónicos**

La radio tiene tres pilares básicos: la información (noticiarios, programas de opinión, encuestas y entrevistas); la dramatización (radioteatros, programas infantiles y narraciones varias) y la música. (Zavarce, op. cit.).

### **Noticiarios:**

- La producción de noticias de cualquier emisora constituye el hilo conductor de la programación, ya que la mayor parte de los oyentes quiere mantenerse informados sobre cualquier suceso. El departamento de prensa de cualquier emisora de radio tiene una estructura con un estilo que varía poco, constituido por el jefe de redacción, redactores de mesa, reporteros de calle y un operador propio.
- La información (datos, cifras, antecedentes) y las noticias (hechos y eventos) constituyen la oferta principal de las emisoras.
- “Los noticiarios radiofónicos tienen cuatro formatos: estelares (espacio central donde se despliega por completo el género), avances (espacio pautado de antemano para dar de dos a cuatro informaciones condensadas), titulares (lectura de los cabezales de los principales noticias que conforman el noticiario estelar) y extras (espacio incidental que se utiliza urgente y prácticamente al momento de estar ocurriendo)” (Ibid., p. 18).

### **Dramas:**

- Básicamente, los conforman los radioteatros y las radionovelas.
- En algunos países latinoamericanos se utilizan como un instrumento de formación popular, ya que a través de las historias se pueden acelerar o desalentar cambios sociales.

- “Las radiocomedias conforman toda una escuela, no sólo para la actuación sino para la elaboración de libretos y para la producción misma”. (Ibid., p. 19).

### **Musicales:**

- Las productoras de discos y los artistas utilizan la radio como el mejor vehículo de promoción de sus productos, ya que la mayor parte de los radioyentes buscan música para distraerse, relajarse o descansar. Sin embargo los que usan este medio también quieren enterarse de las información de los artistas y sus canciones, por lo que se requiere información sobre el tema.
- “Por eso, han surgido los programas de musicales, como ojos y oídos del público en relación a la farándula discográfica. Su complejidad exige libretos y mucha carpintería”. (Ibid., p. 25).

### **Programas de opinión:**

- Abordan diferentes temas y tópicos. Política, religión, asuntos sociales, psicológicos o económicos, entre otros. Normalmente, trabajan con el sistema de invitados y entrevistados.
- Los programas de opinión requieren una producción pormenorizada y cuidadosa. Es fundamental poseer una ardua preparación, mucha documentación y algunas estrategias de producción que le sumen frescura e interés al espacio.

### **Revistas y Concursos:**

- Las revistas se caracterizan por su variedad temática. Exigen de mucha producción y un libreto muy bien planificado que atienda a todos los detalles sin dejar nada al azar. Debe además, completarse con microentrevistas grabadas, encuestas de calle y efectos especiales.

### **Infantiles:**

- “Requiere de un libreto de hierro, de mucha actuación y, además, de mucha imaginación para complementar. Se requiere armar una buena biblioteca, organizar un sistema hemerográfico permanente, cuidar la selección musical y, principalmente, vigilar la ética, ya que el público base al cual se dirige este tipo de espacio puede ser muy susceptible a las afirmaciones lapidarias y los cuestionamientos gratuitos”. (Ibid., p. 26).

## **3. El Blog y Web 2.0**

### **3.1. La revolución digital**

Según Salaverría (2003), periodista y Director del Laboratorio de Comunicación Multimedia (MMLab), en su ensayo titulado *Convergencia de Medios*, la llegada de la Internet ha traído consigo una tendencia de medios de comunicación social, y ha abierto nuevas posibilidades a los lenguajes periodísticos.

Salaverría (op. cit.), enfatiza lo siguiente:

Hasta la llegada de Internet, no existía ninguna plataforma que permitiera difundir mensajes informativos en los que se combinaran códigos textuales y audiovisuales, y con los que, además, el usuario pudiera interactuar. La revolución digital ha abierto en este sentido nuevos horizontes a la expresión periodística: ha planteado el reto de crear una nueva retórica periodística multimedia.

La Internet ha marcado un significativo avance en la integración de códigos comunicativos que nos hace llegar más lejos de lo que los medios de comunicación tradicionales nos ofrecían, ya que hasta ahora daban uso a dos únicos sentidos: la visión y el oído.

Aunque existen muchas potencialidades sensoriales aún en fase experimental, como la transcripción automática al lenguaje Braille, sistemas de realidad virtual 3D o la síntesis digital de aromas, los desarrollos tecnológicos permiten imaginar que en un futuro a mediano plazo los mensajes periodísticos multimedia serán la tendencia que esté implantada.

Sin embargo, Salaverría (op. cit.) opina que “el lenguaje periodístico empleado hoy en Internet es, por esta razón, heredero directo de los géneros y los formatos que se han venido utilizando durante décadas tradicionalmente”. La revolución digital de la Internet ha significado una alteración importante en los mecanismos de transmisión análogos y la integración multimedia de los medios de comunicación. Un ejemplo sencillo como una página web, puede albergar cualquier tipo de contenido: imágenes, videos, animaciones, sonidos, música, programas de radio, episodios de televisión, trailers, ilustraciones, juegos, entre otros.

### **3.2. Universo 2.0**

Cuando se hace referencia al término Web 2.0 se intenta abarcar lo que significa la evolución del Internet desde sus inicios hasta la actualidad. La denominación 2.0 apareció en nuestro lenguaje como consecuencia de la existencia inicial de la Web 1.0, definida por Gosende (2008) en su artículo *¿Qué es la web 2.0?* como “la Web tradicional que todos conocemos y que se caracteriza porque el contenido e información de un site, producido por un editor o Webmaster para luego ser consumido por los visitantes de este site”.

Las páginas hechas en el lenguaje de programación HTML (1.0), caracterizadas por su sencillez y bidimensionalidad evolucionaron con el tiempo

a un nivel un poco más elaborado conocido como la Web 1.5, donde prevalecieron las animaciones e imágenes esbozadas con dinamismo. Aunque este avance significó un gran salto y una erradicación del esteticismo Web para el momento, el punto más importante es, sin duda, cuando el termino Web 2.0 emergió, trayendo consigo cambios mucho más profundos y complejos.

Definir exactamente la Web 2.0 es una ardua tarea, tal como lo señala Ribes (2007) en su artículo *El valor de los Metadatos y la Inteligencia colectiva*:

Aunque parezca increíble, encontrar una respuesta concreta o una definición estricta en la bibliografía actual (incluida la electrónica) es difícil. Más aún si tenemos en cuenta que es un término que desde su aparición, a mediados de 2004, se ha extendido rápidamente entre la comunidad de Internet (a inicios de julio de 2007, Google indexa aproximadamente 332 millones de entradas bajo esa expresión).

El término fue propuesto por primera vez por el irlandés Tim O'Reilly; presidente-fundador de la editorial O'Reilly Media, fuerte impulsor del software libre y desarrollador del lenguaje Perl. O'Reilly definió en aquella oportunidad que el concepto “no tiene límites definidos, sino más bien un núcleo gravitatorio” y resalta que “la Web 2.0, más que un medio es una plataforma”. Esa plataforma a la que se refiere, es de la que se sacan provecho los medios de comunicación social tradicionales para tener un mayor alcance y lograr disminuir las limitaciones características de cada medio. (O'Reilly, 2006)

Por su parte, Gosende (op. cit.) propone que en el modelo de Web 2.0 que la información y los contenidos se producen y comparten directa o indirectamente por los usuarios del site. Específicamente establece que:

En la Web 2.0 los consumidores de información se han convertido en “prosumidores”, es decir, en productores de la información que ellos mismos consumen. La Web 2.0 pone a disposición de millones de personas herramientas y plataformas de fácil uso para la publicación de información en la red.

Esto que define Gosende (op. cit.) va de la mano con lo que establece de la misma manera Ribes (op. cit.), cuando alega que la Web 2.0 significa una propuesta innovadora a la manera tradicional de emitir mensajes a través de los medios de comunicación:

Una de las grandezas que se atribuyen a Internet es que cualquier usuario, individual o colectivo, puede convertirse en emisor, creando y publicando su propio sitio web. Con las herramientas de publicación 2.0 es extremadamente fácil colocar contenidos en la Red. Pero la Web 2.0 no sólo ofrece herramientas para trabajar en entornos contributivos sino que, además, otorga a la comunidad la posibilidad de ejercer su “inteligencia colectiva”.

Esta inteligencia colectiva a la que se refiere Ribes (op. cit.), es uno de los principios que pregona la Web 2.0 y está relacionada con la capacidad o la facilidad que tiene una comunidad para resolver un problema en conjunto, que no fuera posible hacerlo individualmente. Esto se realiza mediante el enlace del medio de comunicación sin importar la ubicación geográfica de cada persona. Los foros son un ejemplo de ello, ya que se basan en compartir una información con el resto de la comunidad con la que se tiene algo en común.

Relacionado con este tema Davis (2005) en su obra *Talis, Web 2.0 and All That* afirma que la Web 2.0 “no es una tecnología, sino una actitud” y Sir Tim Berners-Lee, creador de la World Wide Web (WWW) enfatiza al declarar en la *18º Conferencia Internacional de la WWW* celebrada este año que lo más importante de todo el universo 2.0 es “hacer la web más colaboradora y menos estática” apelando al protagonismo de la interacción entre los usuarios usando las herramientas multimedia que la misma Web propone.”

Como hemos mencionado, los pilares fundamentales del universo 2.0 es la integración multimedia y la interactividad de los usuarios. Para cumplir con estas características, es necesario usar las nuevas tecnologías y herramientas existentes. Es por eso que la publicación de la información se ha hecho más fácil ya que el objetivo es la simplificación de los procesos.

En el presente, cualquier individuo tiene la posibilidad de crear un blog y publicar un artículo, algún video, fotos, o archivos de audio, además de poder compartirlos con otros portales. La interactividad de los usuarios se inicia de cualquier forma, ya sea creando, borrando, alterando, opinando, censurando, resaltando o compartiendo cualquier contenido dentro de un servicio Web.

Redes sociales como Facebook, MySpace o Hi5 son otro ejemplo del que significado de Web 2.0, ya que en estos sitios se plantea el principio de una gran comunidad virtual sin delimitación geográfica. Los internautas son quienes construyen la página y en cierta parte, cada usuario es responsable del espacio virtual, iniciado por el creador.

Al mismo tiempo, existen portales que funcionan como bibliotecas digitales de películas, videos, series, episodios de televisión, animaciones o comerciales tales como Youtube, DailyMotion o SoloSubtitulos, en los cuales el contenido es aportado por los propios usuarios para compartirlos con el resto de la comunidad virtual. Las herramientas que ofrecen estas páginas llegan aún más lejos, debido a que no sólo se trata de compartir cualquier tipo de contenido multimedia con los demás, sino facilitarle su búsqueda. Por nombrar alguna, hacemos referencia a las etiquetas virtuales o “tags”: herramienta que permite clasificar el enorme contenido que se sube a Internet mediante palabras claves.

Gosende (op. cit.) desarrolla el ejemplo de la página Wikipedia como una ilustración casi perfecta de lo que significa la ideología de la Web 2.0:

El modelo de la Wikipedia copia la filosofía de la Web 2.0. En lugar de que un autor erudito o un grupo de expertos escriban todos los contenidos del portal, la Wikipedia recurre a miles de personas de todo tipo, que van desde los verdaderos expertos hasta los lectores interesados, con una gran cantidad de supervisores voluntarios que aprueban y vigilan las “entradas” o artículos ingresados.

Para la fecha en la que el corredor de Bolsa Jimmy Wales ideó el portal Wikipedia parecía una idea descabellada, pero hoy en día se ha convertido en la enciclopedia digital más consultada. Ésta nació con la intención primordial de

crear una interconexión entre millones de personas para aprovechar sus conocimientos sobre algún tema en específico, con el resultado de una biblioteca virtual llena de información, disponible para cualquiera. Además, era necesario que el portal fuera rápido y tan sencillo de actualizar, que nadie tuviera que ser un programador especializado para poder hacerlo.

Para Gosende (op. cit), Wikipedia (que actualmente cuenta con más de 1 millón de artículos en inglés creados por más de 20.000 colaboradores y más 280.000 artículos en castellano) cuenta con muchos puntos a su favor, aunque principalmente destaca que:

Lo mejor de la Wikipedia comparado con las enciclopedias tradicionales de papel, es que la información está actualizada gracias a los aportes de los usuarios que constantemente añaden datos, enlaces a otras fuentes, imágenes, etc. La Wikipedia es una de los portales Web más visitados del planeta y la fuente más citada en la red.

### **3.3. El Weblog**

Tal y como lo definen Pareja, Giménez, Fernández y López (2003) en la *Guía de Internet para Periodistas*; los Weblogs, blogs o bitácoras son espacios gratuitos en Internet para la escritura de temas particulares, donde se hacen anotaciones que quedan clasificadas de manera cronológica, como si de un diario se tratara.

El auge del que ha gozado desde su creación se debe a la sencillez y rapidez de las aplicaciones. Estas no requieren ningún tipo de conocimientos extensivos de programación HTML, ni vastas habilidades de diseño o animación Web. La interactividad es simultánea y en tiempo real, porque los blogs se pueden actualizar cada segundo, si así lo desea el autor.

El blog es una herramienta que permite a cualquier persona con acceso a Internet puede crear uno. Por eso, muchos blogs son verdaderos medios de comunicación personalizados en los que sus autores escriben sobre sus temas preferidos o enlazan información de otros blogs y sitios afines. Otros, en cambio,

son diarios íntimos en los que sus autores exponen las situaciones más personales ante miles de desconocidos. (Casale, 2008, p.16).

Los blogs son el estandarte de la Web 2.0 y el representante del soporte multimedia. Con un solo botón se puede publicar cualquier tipo de contenido y editarlo es tan sencillo como manejar un programa de procesador de textos o abrir el buzón de correo. Resulta interesante saber que en la súper autopista de la información se encuentran disponibles las herramientas, conocimientos, tips y pasos para la edición de un blog.

Los enlaces y cronología son dos características adicionales que resaltan del Weblog. Con los enlaces, se explota al máximo el principio de la intertextualidad que ya posee la Internet y logra que al hacer una publicación, el autor pueda contextualizar ese mensaje con video, imágenes, textos, dibujos o cualquier otra cosa que acompañe a ese mensaje original.

Por ejemplo, si se habla de una labor realizada por una organización en una página determinada, se pueden colocar los vínculos hacia la página de inicio o “homepage” de la misma y hacia la galería de imágenes que está en otro lado. En cuanto a la cronología, esto hace que el blog tenga aspecto de diario personal o libreta de anotaciones, lo que sirve para que el visitante tenga un orden claro y lógico de los post (entradas) para buscar temas, lo que lo ayudará a encontrar más fácil y rápido el contenido que ya se haya publicado.

### **3.3.1. Breve Historia del Weblog**

El origen de los blogs se remonta al momento en que se comenzaron a recibir comentarios o a proponer ideas en las páginas tradicionales, llegando incluso a complementarlo con enlaces hacia otros sitios. Paralelamente, existían los diarios en línea como los de “Webring”, que eran equivalentes a un diario personal, destacado en la Web.

Comentan los expertos que el primer blog apareció en el año 1993 y fue creado por Tim Bernes-Lee, quien se considera actualmente como uno de los padres de la Internet por haber creado el lenguaje HTML. El blog de Bernes

consistía en un listado de páginas Web con sus hipervínculos correspondientes acompañados de un pequeño comentario, a especie de reseña-opinión del autor sobre la página y los visitantes hacían lo mismo.

También, en 1993 el National Center for Supercomputing Applications publicó un blog llamado What's New, en donde se proporcionaba una lista que clasificaba la creación de nuevos portales Web, ordenándolos por fecha y permitiendo comentarios de los visitantes. Más tarde, esa página pasó a ser controlada por Netscape que la convirtió en la primera guía de sitios de Internet. Justin Hall, un periodista norteamericano, fue quien afianzó el concepto del blog como una bitácora on line cuando en 1994 escribió una especie de diario personal mientras era estudiante de la Universidad de Swarthmore.

El termino Weblog fue introducido por primera vez por Jon Barger el 17 de Diciembre de 1997 quien usó el termino Weblog como la unión entre web y "log" (bitácora) en un artículo en Robot Wisdom. Pero la palabra corta "blog" fue acuñada por primera vez por Peter Merholz quien utilizó la frase "we blog" en su blog Peterme.com en 1999. A partir de ese momento la palabra blog fue masificada e incluso comenzó a utilizarse el término "bloguear" como verbo, que significa "editar un blog" o "añadirle un mensaje a un blog". (Casale, op. cit., p.20)

En 1999 apareció Eatonweb, el primer portal dedicado exclusivamente a conversaciones sobre blogs y, en agosto del mismo año, Pyra Labs lanzó Blogger, uno de los servicios gratuitos más populares para la gestación y edición de blogs. Google adquirió Blogger tiempo después, cuando la idea de los blogs se universalizó y el fenómeno estaba en boca de todos. A partir del año 2000 los blogs comenzaron a ganar numerosos adeptos a lo largo de todo el mundo y proporcionalmente aumentaron también los prestadores del servicio de edición y alojamiento de los mismos. (Ibid., p.21)

Según *CanalTecnia*, revista digital especializada en Tecnología, la importancia de los blogs ha aumentado en demasía en un corto de tiempo:

Lo que comenzó siendo un fenómeno en el que los internautas contaban su vida personal día a día se ha

transformado en la revolución de la interactividad en Internet. La red de redes ha conseguido lo que ningún otro medio de comunicación había hecho hasta la fecha: hacer que los propios receptores de la información se conviertan también en emisores, y por cierto, cada vez más valorados por el conjunto de la sociedad hasta para generar interés noticioso o publicar rumores antes que nadie, que en muchas ocasiones acaban resultar siendo informaciones veraces.

Los “Bloggers” son una pieza importante y engranaje fundamental de la revolución digital y su Web 2.0. La tendencia es que los blogs se especialicen, labor que antes desempeñaban las revistas, llevando a cabo actualizaciones tan frecuentes que resulten envidiables por páginas Web tradicionales. Los expertos de la materia han asegurado que la revolución y el auge de los blogs es casi tan equiparable como la que provocó la aparición de la imprenta de tipos móviles en el Siglo XV.

La revolución de los blogs son el ejemplo perfecto de la filosofía Web 2.0, donde abunda información sobre diversos temas. Incluso, un gran número de portales formales han mutado su diseño, estructura y manera de actualizar a la que propone el blog para apostar a la sencillez e interactividad. Tanto ha sido la masificación del “estilo blog” que resulta difícil para algunas personas diferenciar entre un portal Web clásico de un blog.

Así lo ha hecho saber un estudio publicado por la empresa de comunicación Hotwire. Un 73% de los españoles, es decir, tres de cada cuatro personas residentes en España, no saben diferenciar entre ambos términos. Nos resulta extraño al encontrar que en la Real Academia Española no ha recogido en su última edición el término "blog" además de tener un término muy elemental de página Web, definida como "documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto".

### **3.3.2. Características de los blogs**

Por otra parte, Díaz y Salaverría (2003) en *El Manual de Redacción Ciberperiodística* han intentado definir, de manera consensuada, al blog, pero en vista de lo difícil que es lograr un concepto sin exclusiones y que resuma en pocas líneas todo el universo que se encuentra tras esa bitácora cronológica multimedia, decidieron establecer unas características que esbozan grosso modo lo que significa este nuevo medio.

Ellos aseguran que un Weblog es un medio interactivo definido por cinco rasgos:

#### **1.- Es un espacio de comunicación personal**

La creación, composición y tratamiento de los blogs es prerrogativa de los propios usuarios. En este medio, los contenidos no están sometidos a ningún orden específico y es, si se quiere, de carácter subjetivo ya que se basa en la visión personal de los autores sobre un tema.

#### **2.- Sus contenidos abarcan cualquier tipología**

Los temas son tan diversos como los individuos que los elaboran. Existen blogs de periodismo, literatura, tecnología, naturaleza, deportes, ciencia, cine, espectáculos, entre otros.

#### **3.- Los contenidos presentan una marcada estructura cronológica**

Los contenidos se segmentan por días para que los usuarios del blog puedan hacer seguimiento sistematizado de las publicaciones de acuerdo a sus gustos. No tiene que tener una frecuencia determinada, debido a que los contenidos se publican de acuerdo a la consecución de los hechos que se quieren relatar.

#### **4.- Suelen adjuntar enlaces a sitios Web relacionados con el contenido que se trata**

Muchos blogs se han convertido en referentes de primera mano en la red a la hora de incluir enlaces de interés relacionados a la temática que trata. Para que un blog sea eficaz se tiene que lograr un equilibrio entre la buena exposición de contenidos, y la intertextualidad de aquellos sitios y referencias de interés para los usuarios.

## **5.- Son muy interactivos**

Son espacios de comunicación altamente interactivos dado que visitantes del blog pueden comunicarse con el autor de la bitácora, mediante comentarios, aportaciones y sugerencias a la temática que se trata. El grado de interactividad depende, en gran medida, del interés o la capacidad que posee el o los autores de mantener un diálogo fluido con aquellos que son asiduos de sus contenidos.

### **3.3.3. ¿Cómo crear un blog?**

John Barger (2007), responsable de la creación del término Weblog, dio a conocer los pasos necesarios para la creación de un blog en un artículo llamado *Top 10 Tips for New Bloggers From Original Blogger John Barger*, que citaremos a continuación:

- 1.- Un verdadero blog es un registro de direcciones Web (URL's) que te gustaría guardar para después.
- 2.- Seguro que puedes incluir enlaces a tus pensamientos y opiniones publicadas en otros lados, pero si tienes más comentarios (posts) originales que enlaces, tal vez necesites aprender un poquito de humildad.
- 3.- Si dedicas poco tiempo buscando antes de publicar, tal vez encuentras la idea mejor explicada en otro lado.
- 4.- Siempre es mejor que seas tú mismo al escribir, tus lectores necesitan conocerte.

5.- Siempre puedes mejorar la descripción del enlace, necesitas ser lo suficientemente descriptivo para que tus lectores no tengan que visitar la página que enlazas y determinar si ya la conocían, o no.

6.- Siempre debes incluir algún adjetivo que describa tu propia reacción al ver el sitio que estás enlazando.

7.- Dale crédito a la fuente. Siempre.

8.- Advierte sobre “trampas”, formatos extraños, anotaciones con muchas páginas, descargas muy grandes. No escondas los enlaces.

9.- Crea un feed de Google News que te permita dar seguimiento a alguno de tus autores o celebridades favoritas y así otros fans pueden leer sobre ellos en tu blog.

10.- Re-publica tus posts favoritos cada cierto tiempo, para personas que se lo perdieron la primera vez.

#### **3.3.4. Elementos del blog**

Por lo general, un blog se compone de entradas (posts) y de una serie de enlaces que ayudan a ordenar y a encontrar la información que se va acumulando. Aunque no existe una estructura rígida al momento de crear un blog, hay ciertas características que se han vuelto comunes y la mayoría de los blogs las comparten. (Casale, op. cit., p.17)

El autor los resume así:

**Texto del post:** los posts de los blogs tienen la ventaja de todo hipertexto en la Web ya que pueden contener links hacia otros posts del mismo blog a o otros sitios, enriqueciendo la experiencia de lectura. Debajo del texto del post suelen aparecer los comentarios y el formulario para ingresar una nueva opinión.

**Título del post:** además de la función de atraer la atención del visitante-lector, el título del post es muy importante a la hora de atraer visitantes al blog desde buscadores como Google. Las categorías y etiquetas son también una clasificación importante que siempre deberán tener en cuenta.

**Encabezado:** aquí suele haber un logo o ilustración que identifica gráficamente al blog. También puede incluir un menú con accesos rápidos a ciertas páginas del sitio, o avisos publicitarios.

**Opción de búsqueda:** a medida que el contenido del blog va creciendo, se hace necesario brindar la opción de buscar mediante una palabra o frase.

Últimas entradas: un recurso para que los visitantes puedan acceder más rápido a las últimas entradas que les resulten de interés.

**Archivo:** otra manera de ayudar a los lectores a encontrar información en el blog es ofrecer un archivo de entradas, que puede estar clasificado por categoría o mes de publicación según se configure. Enlaces: también conocido como blogroll, la lista de enlaces sirve para conectar a los lectores del blog con otros sitios afines a su autor.

### **3.4. El blog como comunidad virtual**

La Internet se ha adaptado en la sociedad universal de una manera tan eficaz, que se hace difícil llevar a cabo cualquier tipo de actividad sin su uso. Además de tener aceptación en casi todas las generaciones, sus ya mencionados beneficios han forzado a los medios de comunicación a migrar a

esta plataforma. Programas de televisión, películas en alta definición, programas de radio online o periódicos digitales son algunas de las innumerables atracciones o actividades que se ofrecen.

Además de informarse, entretenerse o educarse, abundan réplicas de escenarios que vivimos en nuestra vida cotidiana, lo que da la impresión de presenciar extensiones de las situaciones de la vida real. Una de ellas es la formación de grupos sociales, o lo que se conoce como comunidad virtual. Aunque se maneja este término con mucha frecuencia es vital comprender su naturaleza por lo que explicamos cada concepto por separado.

El término comunidad, lo relaciona Foster (1996) con la palabra “comunicación” en su texto *Community and Identity in the Electronic Village*. A su vez, Merrill y Loewenstein (1979) citados por Foster, señalan que etimológicamente hablando “proviene del latín communis (común) o communicare (el establecimiento de una comunidad). (Ibid., p.24).

Foster destaca que aún cuando la comunicación es la base de la comunidad, no se deben confundir los términos ya que alguien puede comunicarse con otro sin la necesidad de pertenecer a una misma comunidad.

Wilbur (1997), profesor, investigador y blogger (persona que tiene un blog) confeso, hace referencia en su libro *An Archaeology of Cyberspaces: Virtuality, Community, Identity*, que el concepto deriva de la noción de lo común y por lo tanto, la base reside en que son un grupo de personas que comparten en común ideas, propiedades, identidades, cualidades, sentimientos, opiniones, etc.

Entonces, la mención del término Comunidad podría provocar un referente geográfico en donde habitan un grupo de personas. Sin embargo Wilbur alega que la palabra representa algo más allá del espacio físico en el cual sus miembros se reúnen, ya que podría atribuirse también a la cualidad de compartir ideas u objetos en común en estas reuniones.

El término **virtual**; refiere Wilbur (op. cit.) que proviene de la edad media y se originó a partir de la palabra “virtud” que se usaba para calificar el poder divino. Posteriormente, la física tomó el término para referirse a la imagen óptica

que se refleja en el espejo. Según la *Vigésima Segunda Edición del Diccionario de la Real Academia Española*, lo virtual es lo “que tiene virtud para producir un efecto, aunque no lo produce de presente, frecuentemente en oposición a efectivo o real”. Podría concluirse que lo virtual es una simulación de lo verdadero con la cualidad de aparentar lo real, simulando sus efectos.

Si unimos las raíces etimológicas de ambos términos tenemos una definición muy genérica de “comunidad virtual”. Como resultado obtenemos algo parecido a: “congregación de personas no necesariamente ubicadas en el mismo espacio geográfico con intereses comunes que intenta ser real como una comunidad real, pero no llega a serlo por completo”. Esto evidencia una vez más, que gracias a la Internet, los límites geográficos existen verdaderamente, lo que proporciona la universalidad a los mensajes.

Los investigadores de comunidades virtuales todavía no han acordado un concepto definitivo, pero Rheingold (1996), quien es considerado como el primer investigador en crear una definición genérica del término propuso la siguiente, en su libro *La comunidad virtual*. Una sociedad sin fronteras: “Son agregados sociales que emergen en la Red cuando suficientes personas llevan a cabo discusiones públicas por suficiente tiempo y con suficiente sentimiento humano, para formar nexos de relaciones personales en el ciberespacio”. (p.16)

Explica su visión de la posición de las comunidades virtuales dentro del contexto llamado Internet, con la siguiente metáfora:

Imaginemos que el ciberespacio es como una cápsula de Petri social, la Red es el medio agar, y las comunidades virtuales, con toda su diversidad, son las colonias de microorganismos que crecen en cápsulas de Petri. Cada una de las pequeñas colonias de organismos -las comunidades de la Red- es un experimento social que nadie planeó, pero que aún así se está llevando a cabo. (Ibid., p.19)

Para él, la formación de las comunidades virtuales se debe a la necesidad innata del hombre de llenar el vacío dejan las sociedades. Por su parte Wilbur cuestiona el concepto de Rheingold alegando que las categorías como

“suficientes personas”, “suficiente tiempo” y “suficiente sentimiento humano”, son muy subjetivas y difíciles de delimitar.

Sin embargo lo que nos compete realmente es tomar el principio básico de la comunidad virtual para ilustrar cuál es el propósito del programa radio Web y su alojamiento en un blog, ya que nuestro objetivo principal es formar una comunidad virtual que cumpla con los requisitos, necesidades y sobretodo beneficios para la población que estamos tratando de unificar: Estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V.

Rheingold (op.cit.) explica en su investigación una serie de características que permiten identificar y resumir lo que significa una “comunidad virtual”:

- Es un objeto hiperreal en tanto que simula ser una comunidad real pero carece de algunas características de esta.
- Está integrada por una serie de cibernautas que se identifican y comparten el contexto, valores y normas de la comunidad y han desarrollado un sentido de pertenencia hacia la misma.
- Está ubicada en una parcela o zona del ciberespacio compartida y frecuentada por sus miembros y en cuyo lugar estos establecen un contacto social a través de la CMC (comunicación mediada por computador).
- Es manifiesto un contenido que gira en torno al proceso de inclusión al grupo por medio de la tarea y de la satisfacción de necesidades emocionales y en torno al alcance del contexto en que se lleva a cabo la comunicación.
- Sus miembros se relacionan con el otro a partir del desarrollo de una identidad dentro del medio, la identidad virtual
- Aunque parezca paradójico, a pesar del desacuerdo entre los investigadores con relación a la definición del término, si existe un consenso relativo en lo que se refiere a los tipos de congregaciones electrónicas que son, o por lo menos tienen el potencial de ser, calificadas como comunidades virtuales.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

En el presente capítulo exponemos la metodología utilizada para la elaboración del programa de radio Web que forma parte de una página Web tipo blog, elaborada para la comunidad de los estudiantes de los primeros semestres de la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V.

#### **1. Diseño de la Investigación**

El diseño de la investigación es de tipo **documental** y de **campo**. Contiene los elementos definidos por Arias (2006) en su texto *El Proyecto de Investigación* cuando explica a la investigación documental como “un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios (...) en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos”. (p.27).

A su vez, se enmarca dentro del concepto de diseño de campo que el mismo autor establece cuando afirma que “la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos”.

Nuestra investigación se apoya en el diseño documental para analizar la teoría que existe sobre el medio radiofónico, la Internet, y la influencia que presentan ambos para la transmisión de los mensajes con sus ventajas y desventajas.

Referente a la investigación de campo, relocalamos información de primera mano que obtuvimos de parte de la población potencial a la que está dirigida nuestro proyecto, es decir, estudiantes de los primeros semestres de la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V, para así conocer sus necesidades y elaborar nuestro proyecto de forma eficaz.

## **2. Nivel de Investigación**

El nivel de nuestra investigación es de tipo **exploratoria-descriptiva**. La investigación exploratoria está definida por Arias (op. cit.) como “aquella que se efectúa sobre un tema desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto”. (p.24). Como establece Arias, cuando un tema es poco estudiado la investigación es exploratoria y en nuestro caso, el tema de cómo una programa de radio o una comunidad virtual puede influir en el desarrollo y sentimiento de pertenencia de un estudiante con su casa de estudios es poco estudiado y existe una casi nula gama de bibliografía.

Al hablar de una investigación descriptiva tomamos en cuenta lo que establece Sampieri (1996) cuando explica que tiene como propósito “describir situaciones y eventos. Es decir, cómo es y se manifiesta determinado fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. (p.15). En este caso son los estudiantes de los primeros semestres de la Escuela de Comunicación Social.

## **3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Para la recolección de datos utilizamos el cuestionario y la consulta de datos bibliográficos. Arias (op. cit.) define el cuestionario como “la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas (...) debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador”. (p.74). Para comprender a cabalidad el concepto de cuestionario, ya se ve, que es necesario establecer el de la encuesta. Para Arias (op. cit.) una encuesta es “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema de particular”. (p.72).

Según Arias (op. cit.), el cuestionario puede ser de preguntas cerradas, abiertas o mixtas. Definiendo las cerradas como aquellas donde se establecen previamente las opciones para que el encuestado responda. A su vez, estas preguntas pueden ser dicotómicas (cuando se ofrecen dos sólo dos opciones), o de selección simple (cuando se ofrecen varias opciones). Las abiertas, son aquellas en las que no se ofrecen opciones, sino que el encuestado desarrolle su respuesta. Y se refiere a cuestionario de preguntas mixtas, cuando tiene interrogantes de tipos abiertas y cerradas. El cuestionario aplicado fue de tipo mixto.

#### **4. Población y Muestra**

El instrumento de recolección de datos se realizó a una muestra de 50 estudiantes extraídos de la población total de todos los estudiantes de Comunicación Social. Fueron 15 preguntas a los estudiantes del 1º al 10º semestre, ya que el objetivo era sistematizar las diferentes experiencias y distintos puntos de vista de los estudiantes. Arias (op. cit.) define la población como “el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (p. 81). Y la muestra como un subconjunto representativo que se extrae de la población.

Para seleccionar la muestra representativa, utilizamos el método no probabilístico definido por Arias (op. cit.) como aquel en donde se desconoce la probabilidad que tienen los elementos que integran la muestra. A su vez, para terminar de delimitar la manera en la que fue seleccionada la muestra, encontramos que es de la subcategoría Muestreo intencional u opinático que se diferencia de las otras porque en esta, los elementos son escogidos con base a criterios o juicios preestablecidos por el investigador.

## **5. Resultados**

A través de las siguientes preguntas cerradas medimos los términos de apatía, identidad y proceso de cambio en los estudiantes.

**1.) ¿Qué tan difícil es el proceso de cambio del bachillerato a la universidad?**

a.) Nada difícil: **35 estudiantes ( 70%)**

b.) Muy difícil: **15 estudiantes (30%)**

**2.) ¿Te ayudó la escuela a asimilar este proceso de cambio?**

a.) No me ayudó **33: estudiantes ( 66%)**

b.) Me ayudó mucho: **17 estudiantes ( 34%)**

**3.) ¿ Crees que existe una característica apática en los estudiantes de Comunicación Social con su escuela?**

a.) Sí: **46 estudiantes (92%)**

b.) No: **4 estudiantes ( 8%)**

**4) ¿Crees que la existencia de un medio de comunicación de la escuela haría que te identificarás más con ella?**

a) Si: **46 estudiantes (92%)**

b) No: **4 estudiantes ( 8%)**

**5) ¿Crees que la escuela se preocupa por lograr una relación estrecha con los estudiantes que recién ingresan?**

a) Si: **44 estudiantes ( 88%)**

b) No: **6 estudiantes (12%)**

**6) ¿Consideras que la escuela informa de todas las actividades extracurriculares disponibles?**

a) Si: **46 estudiantes (92%)**

b) No: **4 estudiantes ( 8%)**

# CAPÍTULO IV

## NOVATOS FUIMOS TODOS. LA PROPUESTA

### 1. Weblog: novatosfuimostodos.blogspot.com

El programa radio Web “Novatos Fuimos Todos” está alojado en un blog bajo el dominio novatosfuimostodos.blogspot.com, de acceso libre y público desde cualquier lado del mundo. Registrado bajo la plataforma Blogger perteneciente a Google, uno de los tantos proveedores del servicio que existentes dentro de la red.

Para ingresar en el blog el internauta debe escribir novatosfuimostodos.blogspot.com en la barra de direcciones del buscador de Internet.

#### 1.1. Forma

El color, la tipografía, el estilo y las medidas del blog son de la siguiente manera:

#### 1.2. Color



##### **Negro**

Código Hexadecimal: #000000

Utilizado para el fondo. Destaca por su facilidad para el contraste.



##### **Rojo**

Código Hexadecimal: #cc0000

Utilizado para los titulares de cada entrada. Resalta al combinarse con el negro usado para el fondo de la página.



##### **Blanco**

Código Hexadecimal: #ffffff

Utilizado para los textos. Se busca lograr que la lectura se haga de manera sencilla. Haciendo juego con el color negro.



#### **Amarillo**

Código Hexadecimal: #ffff66

Utilizado para los titulares de la columna izquierda. Tiene el fin de destacarse para no confundir con los titulares de la columna principal.



#### **Verde**

Código Hexadecimal: #80FF00

Utilizado para los vínculos disponibles, al igual que para ilustrar el indicador del número de comentarios del público.

### **1.3. Tipografía**

#### **Georgia**

Aa

Tipografía Serifa. Usada para los textos de las entradas del blog y de los titulares. También se utiliza para las cajas de textos que están al lado derecho del blog que son los textos secundarios que acompañan a las entradas.

#### **Arial**

Aa

Tipografía clásica palo seco. Se alterna en algunas entradas con la intención de resaltar algo o diferenciarlo del resto del texto. Por lo general, se hace con las ideas relacionadas al blog, como las instrucciones para recibir contenido, las condiciones o los contactos.

**Courier**

Aa

Tipografía egipcia usada para titular los textos secundarios que están al lado derecho y así diferenciarlos de los de la entrada.

#### 1.4. Medidas y Estructura

El weblog mide 850 píxeles de ancho, divididos en dos columnas; la primera, de mayor anchura por ser la de las entrada principales, mide 550 píxeles y la secundaria, situada a mano derecha 250 píxeles. Los 50 px sobrantes son los que dividen una columna de la otra, dándole un descanso al visitante para poder distinguir claramente las columnas sin distraerse.

Como encabezado, presenta un banner de 780x150 píxeles donde se encuentra el logo de Novatos Fuimos Todos y el slogan “porque nadie nace aprendido”; teniendo como fondo un ring de boxeo tratado y modificado a través de filtros de diseño para otorgarle identidad.



**Banner**

## 1.5. Logo



Logo

El logo representa la filosofía de Novatos Fuimos Todos y está compuesto por dos tipografías: Denne Threedee, para las palabras “Novatos” y “Fuimos” y Capture it 2, para la palabra “ Todos”.

AA

Denne Threedee es una tipografía de características juveniles y académicas relacionada con la etapa del bachillerato; Hace juego con el concepto de Novatos Fuimos Todos para reforzar la idea de ser nuevo en la universidad.

La palabra Novatos está en un puntaje menor para restarle cualquier idea peyorativa que pueda relacionarse con la palabra.

AA

Capture it 2 es una tipografía que tiene como idea representar un sello que generalice a una población entera con determinadas características.

# Ad

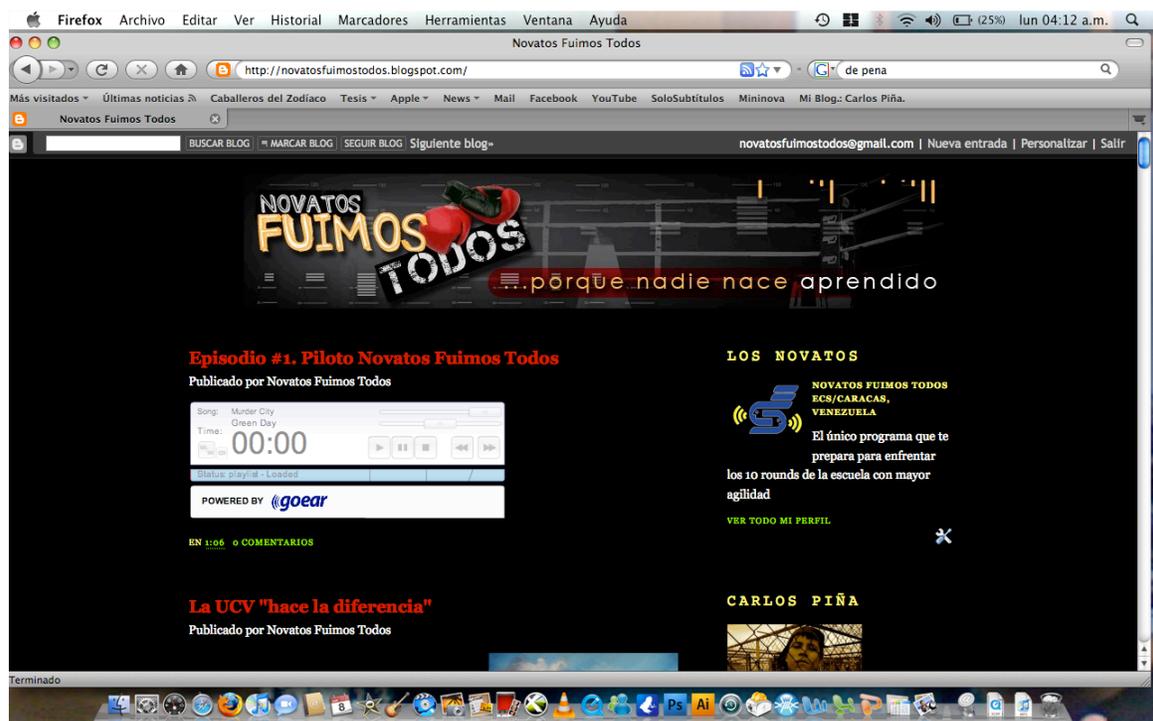
Century Gothic es una tipografía la tipografía de la familia de palo seco, usada para el slogan del programa, situada en el banner del encabezado.

Los guantes de boxeo refuerzan la imagen del programa radio Web que a su vez, simboliza lucha, empuje, coraje, fuerza y experiencia.

## 1.6. Contenido

El blog tiene la siguiente estructura y contenido:

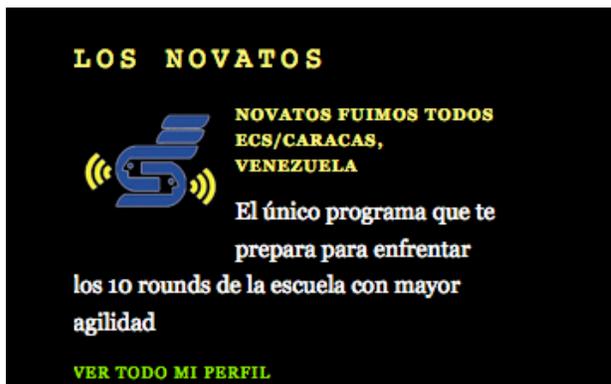
Al ingresar se encuentra la siguiente imagen:



En la parte superior izquierda, resaltado a la vista por la jerarquía y el peso que le otorga la posición en la que está, se encuentra la entrada perteneciente a la primera emisión del programa radio Web. El reproductor, aunque de características sencillas, es completamente funcional para alojar el programa semanal. El internauta que ingrese sólo debe presionar play del reproductor y esperar unos minutos para que el programa se cargue para escucharlo sin interrupciones:



En la parte superior derecha, se encuentra la descripción del programa de radio acompañada de una versión del logo de la Escuela de Comunicación Social acompañada de ondas sonoras, lo que permite plasmar el concepto de un programa de radio Web de la escuela de Comunicación Social de la U.C.V.



Debajo de la entrada del programa piloto se encuentran otras entradas que complementan el concepto general del blog, donde se brinda a los estudiantes un contenido útil para la carrera, con informaciones, entretenimiento eventos culturales, fotografías, videos, entre algunos, lo que a su vez refuerza la idea del sentido de pertenencia e identidad, bajo una forma de escritura amena, directa y sencilla.

Estos son algunas muestras de las entradas:

## Reflexiones

### **La UCV "hace la diferencia"**

Publicado por Novatos Fuimos Todos

En diez semestres de carrera he perdido la cuenta de la cantidad de personas que me preguntan por qué estudio en la Central. La gente decía cosas como: "¿No es demasiado vieja?", "¿No es demasiado insegura?", "¿Esos paros no los detienen en la carrera?", entre una cantidad innumerable de argumentos para intentar convencerme de que la central era una universidad abandonada e incapaz. Aunque mi espíritu "ucevista" siempre fue bastante sólido, tengo que confesar que muchas veces me ponía a pensar si era la universidad que me convenía, ya que todo lo que es de carácter público en nuestro país tiene una dificultad añadida. Fueron enormes los obstáculos que tuve que pasar, obstáculos que muchas veces me debilitaron en grandes medida.

Diez semestres pasaron. Me tuve que enfrentar a muchas adversidades, donde parecía que más allá de estudiar estuviese en una batalla constante con un organismo que deseaba que me fuera para obtener la victoria. Medité la idea de irme muchas veces, y muchas más me molesté. Pero tengo que admitir que siempre hubo un factor X que me decía que me quedara.



## Videos

### Muto by Blu

Publicado por Novatos Fuimos Todos

Vacilen una de las animaciones cuadro por cuadro más increíbles hecha alguna vez con dibujos, mucha creatividad, pero más que todo paciencia. El creador se hace llamar Blu.

Está realizado en la ciudad de Buenos Aires, Argentina.

#### ¿Quieres hacer algo parecido?

Pues es sencillo, toma miles de foto a cosas moviéndose y editalas en tu compu.

Quando lo hagas, mándala a [novatosfuimostodos@gmail.com](mailto:novatosfuimostodos@gmail.com) y compartela con los demás. Ojo, mosca con el contenido de tu creación. No queremos gastar dinero en abogados, LOL.



## Fotografías

*Eso sí, el único requisito es que escribas algo acerca de él para que todo el mundo sepa por qué está aquí.*

*¡Gracias!*

EN 9:39 o COMENTARIOS

### Imagen de la Semana

Publicado por Novatos Fuimos Todos



Aparte de la descripción del programa, en la parte derecha se encuentra una descripción de cada uno de los integrantes del equipo de los novatos, quienes son los bloggers y conductores del programa de radio Web. La descripción conjuga el humor con la información individual de su experiencia para que el visitante pueda conocer a los creadores del programa y conectarse con la idea principal.



**CARLOS PIÑA**

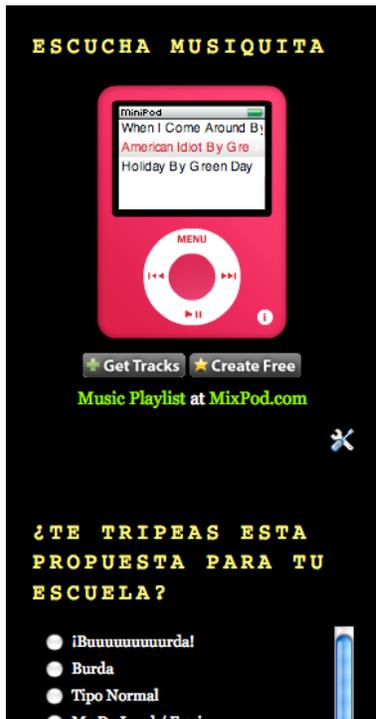


Le gusta el cine tanto como un Riko Malt bien frío. La biblioteca musical de su iPod es tan amplia que en ella podrás encontrar desde Los Tigres del Norte, hasta Craddle of Filth. Es el más rápido del Oeste, pero no porque se la tire de vaquero, sino porque su residencia está en ese punto cardinal de la ciudad y nadie puede buscar en Google más rápido que él. En algún momento de su juventud intentó ser un hacker, pero después decidió que lo mejor era dedicarse a la animación de eventos, cumpleaños, bodas, bautizos y cualquier tipo de agasajos donde pudiera comer tequeños gratis. Ah sí, también trabaja en urbe y en urbe bikini, pero no le gusta

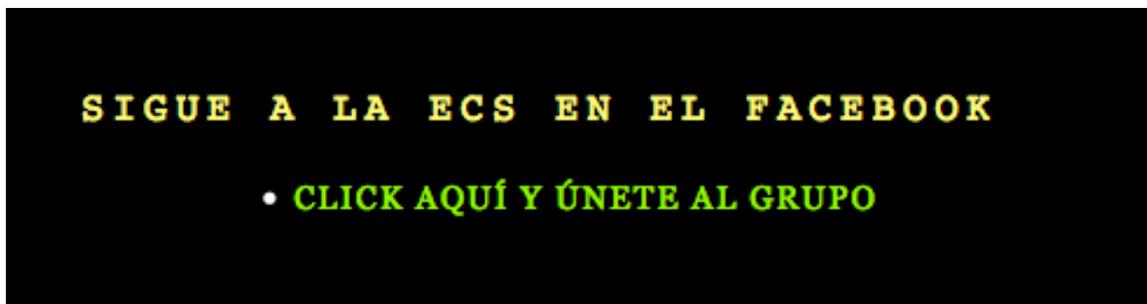
irme

Adicionalmente, se encuentran enlaces hacia páginas especializadas en tecnología, deportes, cultura, noticias o cualquier tópico que pueda ser útil para el estudiante, un mini reproductor con algunas canciones colgadas para que el usuario del blog las escuche mientras navega, y un cuadro que muestra los hechos históricos suscitados el día en el que visite la página. Por último, la filosofía de los novatos que consta en resumir en pocas líneas lo que significa ser nuevo en todos los aspectos de la vida.

Además hacemos uso de una encuesta on line, donde se le consulta a los visitantes del blog sobre lo que piensan de la propuesta Novatos Fuimos Todos. La idea es obtener el feedback de los cyber-nautas para de esa manera lograr un blog agradable para todos.

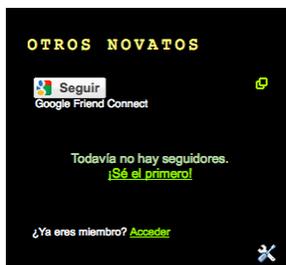


Al final del blog, se encuentra un link que permite unirse al grupo de de la Escuela de Comunicación Social de la UCV creado en Facebook.



El blog estará en constante actualización. Y la idea es que la cantidad de entrada vaya aumentando con las recomendaciones que hagan los visitantes a través del correo electrónico, por los comentarios o los que queden en consideración de los bloggers.

Se puede comentar los que se suscriban a el mismo. Pueden encontrar un enlace que permite a cualquier persona hacerlo, sólo necesita una cuenta de correo electrónico Gmail. La idea es crear un filtro para mantener el espíritu de una comunidad virtual para los estudiantes de Comunicación Social. Los comentarios estarán sujetos a la aprobación de los autores, siempre y cuando no tengan contenido ofensivo o no tenga cabida dentro del concepto del blog. Son bienvenidos todos los comentarios que enriquezcan y aporten algo a la comunidad.



## 2. Programa Radio Web: Novatos Fuimos Todos

### 2.1. Concepto e Imagen

El programa de radio Web “Novatos Fuimos Todos” tiene una duración de 30 minutos y es de frecuencia semanal, subido en la página **novatosfuimostodos.blogspot.com** los lunes de cada semana. A su vez el blog será actualizado con entrevistas, videos, artículos, fotografías o cualquier información que pueda resultar relevante, diariamente.

El target del programa está dirigido a nivel general por hombres y mujeres, sin distinción de género, estrato social o edad, y nivel específico por bachilleres que estén a la espera del comienzo del 1º semestre de la carrera de

Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y quienes estén cursando los primeros semestres de la misma.

Novatos Fuimos Todos es un programa de corte informativo y de entretenimiento con formato de magazine. Su objetivo es proporcionar a los estudiantes de los primeros semestres de la escuela de Comunicación Social la preparación necesaria para disminuir la desinformación existente en el proceso de cambio entre el bachillerato y la universidad al igual que durante toda la carrera. Se ofrecerá información de interés sobre diversos aspectos de la escuela, pensum y profesores, con segmentos de humor, secciones de consejos, entre otros. No se pasa por alto las deficiencias que presenta la Escuela, pero se propone de manera dinámica una actitud activa en los estudiantes y una participación que favorezca a su casa de institución.

Nuestro objetivo con el contenido es mantener al tanto al estudiante de todo lo que representa ser un comunicador social de la U.C.V, donde se busca principalmente familiarizar más al estudiante con su Escuela y hacer que se sienta integrado a su contexto.

Los conductores del programa son Manuel Trotta y Carlos Piña, estudiantes del 10º semestre de Comunicación Social quienes desean transmitir la experiencia acumulada a lo largo de toda la carrera para lograr una relación de sintonía con los oyentes, con el objetivo de otorgar recomendaciones y consejos.

Para agregar dinamismo al programa, decidimos agregar la identidad de un torneo de boxeo, en donde el novato de la escuela es simbolizado por un luchador sin experiencia, con el fin de convertirse en un boxeador habilidoso, lo que representa un estudiante con experiencia. Planteamos cada semestre de la carrera como un round de boxeo para lograr el título final, lo que simboliza desde el punto de vista académico la culminación de todos los créditos y llegar a convertirse en licenciado.

El nombre Novatos Fuimos Todos parte de la premisa que todos en algún momento y bajo cualquier circunstancia han sido principiantes manejar los conocimientos, técnicas y herramientas es algo que se gana con experiencia

aprendida durante el camino. Todos han tenido un primer día y la mayoría desea que alguien de mayor experiencia les diera advertencias y consejos sobre lo que se debería saber para estar preparados.

Dentro del contenido existe un personaje ficticio llamado Miguelito, quien aparte de ser el protagonista de todas las historias y situaciones relacionadas a la carrera, representa la imagen del novato. Se pretende que sea fácilmente relacionado por parte de nuestra audiencia ya que ilustra las situaciones que se plantean y las herramientas para solucionarlas.

## **2.2. Sinopsis**

Novatos Fuimos Todos es un programa que busca brindar a los estudiantes información, tips, consejos, y contenido de entretenimiento para que estén preparados para afrontar la carrera de Comunicación Social con sus vicisitudes, atracciones, y en general, todo lo que rodea esta especialización académica, con el objetivo de que el estudiante se adapte al contexto universitario y desarrolle un sentido de pertenencia hacia su casa de estudios.

Durante la media hora de duración se hace un recorrido por las diferentes secciones que conforman el programa a fin de otorgarle al oyente información útil y de interés relacionada con la carrera

Adicionalmente, los locutores mantienen diálogos amenos y llenos de información valiosa sobre otros aspectos que no están encapsulados en secciones.

Paseamos desde una agenda cultural de eventos y actividades relacionados con la escuela, hasta una pequeña biografía sobre algún comunicador social egresado de la escuela que esté destacándose y sirva de ejemplo. Adicionalmente se le proporcionan a los radio-escucha algunos tips, consejos y recomendaciones, para tener una perspectiva más amplia del amplio mundo de la que engloba nuestra carrera.

Novatos Fuimos Todos es una fusión de información útil, recomendaciones importantes, humor local, además de servir como invitación a

accionar positivamente para favorecer a su escuela. Todo esto adicionado con música dedicada a nuestro target y un dinamismo que hace que experiencia de nuestro programa sea entretenida, innovadora e incentivadora.

### **2.3. Estructura**

El programa está estructurado de la siguiente manera, con algunas variaciones que puedan surgir en una semana específica:

#### **2.3.1. Presentación**

La entrada del programa es igual cada semana. Una presentación al estilo de combate de boxeo se anuncia dando a entender que los conductores del programa son los contrincantes ante una batalla. La presentación introduce a los presentadores, y explica brevemente en qué consiste contenido con la imagen característica.

#### **2.3.2. Saludo/Tema de Introducción**

Entran los locutores a saludar a los oyentes para atraerlos a escuchar todo el programa y estar conectados al blog, siempre con un lenguaje fresco, juvenil y directo, apelando a la empatía con los jóvenes estudiantes. Desde los primeros minutos se evidencia el carácter jovial del programa. Cada semana, se habla de algún tema relacionado con lo que es la Escuela en si (historia, materias, profesores, especializaciones, anécdotas, etc.). Servirá de abreboza para los 30 minutos de Novatos Fuimos Todos.

#### **2.3.3. La Ruta del Comunicador**

Es la primera sección del programa. Consiste en una explicación muy breve los principales eventos extra cátedra relacionados con la escuela, que le

otorgan al estudiante experiencia en un campo específico, diversión y entretenimiento. Al mismo tiempo se invita al estudiante asistir al evento, para así, tener una perspectiva de diferentes actividades relacionadas con la profesión. Funciona como incentivo para emocionar al estudiante. El tratamiento de la sección simula al a un vuelo con escalas, conducido por una aeromoza que informa cada evento como una parada de la aerolínea.

#### **2.3.4. Trámites**

Mediante una historia de ficción protagonizada por Miguelito, representamos lo que significa realizar un trámite universitario, con un tono humorístico y exagerado. Esta historia sirve como preámbulo para ofrecer tres consejos semanales al estudiante para prepararlo ante cualquier dificultad o traba con la que pueda encontrarse durante el proceso.

#### **2.3.5. Recomendaciones de la Semana**

Se pretende que en cada emisión, se destaquen libros, programas de televisión, películas, obras de teatro, videos, entrevistas, artículos y cualquier cosa que pueda resultar de utilidad para el estudiante, justificando la recomendación, para que acercarnos al estudiante. No hay un número fijo de recomendaciones que se darán cada semana.

#### **2.3.6. Los Rounds de Consejos**

Brindamos una serie de consejos para ser un comunicador social integral, dando a entender que lograrlo necesita mucho más trabajo que asistir a clases.

#### **2.3.7. Despedida**

Marca el final del programa, invitando a sintonizar la próxima emisión.

## **2.4. Música**

El criterio musical de Novatos Fuimos Todos se basa en la pregunta que se incluyó en el cuestionario que respondieron 50 estudiantes. De los 50, 42 respondieron que les gustaría escuchar música tipo pop/rock en un programa de radio de la Escuela de Comunicación Social, prevaleciendo a los 8 que manifestaron querer música de tipo tropical como salsa, reggaeton y merengue. Por eso se seleccionaron las canciones de los artistas más destacados de la cartelera de pop/rock y se combinaron con grandes clásicos de la música. De esa manera el concepto quedó unificado.

## **2.5. Transiciones y Promociones**

Las transiciones, por lo general, separan una sección de otra o sirven para darle descanso al oyente entre las informaciones, con un dinamismo característico de parte de la producción. Son muy diversas porque apelan al entretenimiento y a la reflexión, aunque el objetivo es lograr una sintonía con el estudiante y hacer que el oyente se sienta identificado con cada una de las situaciones que se plantean.

Otro punto de gran importancia, es que las transiciones y las promociones distribuidas a lo largo de los 30 minutos de duración del programa sirven para reforzar la identidad y concepto del programa. De igual manera invitan al oyente a seguir escuchándolo, a indagar en el blog, seguir aprovechando el amplio contenido útil que está a su disposición y a compartir con el resto de la comunidad virtual cualquier información de interés y relacionado con la carrera.

Cada semana se realizará un concurso relacionado con la Escuela y en donde el estudiante puede sentirse motivado de que lo que le sucede a él puede hacerle ganar un premio, como el del primer programa, concurso sobre las anécdotas que a más de uno le tocó vivir en su primer día de clases.

Los 30 minutos de duración del programa están distribuidos en tres cortes. Entre cada uno de ellos, puede tener espacio alguna publicidad, un mensaje de la Escuela, incluso hasta música que le de descanso al oyente.

## **2.6. Promoción**

Para hacer la difusión del programa de radio utilizaremos volantes, folletos y afiches explicando el concepto de programa e invitando a formar parte de la comunidad virtual.

El día del lanzamiento de la comunidad virtual, se repartirá todo este material en las instalaciones de la Escuela de Comunicación Social invitando a ingresar en el blog y escuchar la primera emisión del programa y el resto del contenido que lo acompañará.

Ese día se hará una base de datos con correos electrónicos para después del día del lanzamiento estar en contacto con los estudiantes que quieran formar parte de la comunidad virtual que complementarían a los que se inscriban además en la propia página.

## **2.7. Guión Literario**

El programa entra ambientando una batalla de boxeo. Entra el locutor, con voz de narrador deportivo y anuncia a los anfitriones del programa con sus atributos personales. A continuación aparece la voz que presenta el programa de radio. Narra los anunciantes del programa y los encargados de las labores de producción, locución y dirección.

Se inician las locuciones de los anfitriones en la cabina, quienes hablan entre sí y hacen comentarios jocosos acerca de la escuela. Finalmente deciden arrancar el programa y empiezan a hablar sobre el pensum.

Se pasean por las cátedras que ofrece la escuela, deteniéndose con efectos especiales e información detallada en radio, televisión, periodismo y cine. Entra el primer corte a comerciales.

Al volver del programa aparece nuestra primera situación ficticia para introducir a los trámites. Un locutor anuncia los datos para la sección de trámites, quien explica donde y cómo hacerlos. Nuevamente vuelve la situación ficticia para despedir la sección. De esta manera se da inicio a la Ruta del comunicador, sección donde se destacan los eventos más importantes fuera de cátedra. Se ambienta la sección como un vuelo aéreo, donde al terminar de dar las rutas, termina de la misma manera.

Nuevamente vuelven los locutores a hablar en el programa con la sección de recomendaciones de la semana. Los anfitriones discuten amablemente sobre recomendaciones de libros, películas y videos mientras le hablan a la audiencia. Así termina el último corte del programa. Al volver se da inicio a los Rounds de Consejos para el comunicador social: Sección dedicada a los tips para ser un comunicador social integral.

Esta sección es narrada por los anfitriones, quienes dan inicio finalmente a la última sección: Los pesos pesados, el espacio donde rescatan la historia de algún comunicador egresado de la escuela que sea reconocido. Al terminar la sección, termina el programa.

## 2.8. Guión Técnico

<p>ENTRA EFECTO: CAMPANAS 2” SALE EFECTO</p> <p>CONTROL: ENTRA CORTINA: EYE OF THE TIGER. SE MANTIENE 11”, BAJA Y SE VA A FONDO</p>	
---	--

ENTRA EFECTO: PUBLICO 55”

VOZ: DE NARRADOR

¡Señoras y señores! Sean Bienvenidos al primer programa radioweb de la escuela de comunicación social de la U.C.V.

En una esquina, con 70 kg de experiencia, una resistencia de 10.1 en trámites universitarios y 4 batallas ganadas contra el afamado campeón “El profesor”, presentamos a Manuel “La pesadilla” Trotta.

En la otra esquina, con el record olímpico de más idas al comedor, una resistencia de 10.2 en trámites universitarios quien viene de vencer por Knock Out a la “La ineficiencia” Martínez, presentamos a Carlos “Rikomalt” Piña.

SALE EFECTO

CONTROL:

CORTINA BAJA HASTA

<p>DESAPARECER</p> <p>CONTROL:  ENTRA CORTINA: BET YOU  EVER NIGHT  SE MANTIENE 12”, BAJA Y SE  VA A FONDO</p> <p>VOZ: PRESENTADORA</p> <p>CONTROL:  CORTINA BAJA HASTA</p>	<p>Póngase cómodos porque está por empezar “Novatos Fuimos todos”.</p> <p>El único espacio que te prepara con las habilidades necesarias para enfrentar los 10 rounds de la carrera con mayor agilidad.</p> <p>Este programa llega a ustedes a nombre de la revista 28 días: excepción de la regla, Victor’s shop: la librería improvisada de la escuela, cafetín la pava: los especialistas del toddy frapee.</p> <p>En la producción, guión, dirección y edición de este espacio Manuel Trotta y Carlos Piña, en los</p>
---	--

<p>DESAPARECER</p> <p>CONTROL:</p> <p>ENTRA CORTINA: ROCK AND ROLL 2</p> <p>SE MANTIENE 6" Y SE VA A FONDO</p>	<p>controles Zeus Graffe.</p>
<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Buenos días tengan todos y gracias por sintonizar nuestra primera transmisión de Novatos Fuimos todos</p>
<p>LOC 2 (CARLOS)</p>	<p>Ya va ya va ya va. Manuel, ¿qué pasa chamo? Sácate ese Luis Chataing que tienes por dentro y vuelve a empezar. Vamos, tú puedes.</p>
<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Perdón Carlos, es que estoy nervioso, estamos aquí en nuestra primera transmisión. Tendrán que entender todos que siempre a uno se le pegan esos clichés de la radio venezolana, así que vamos a comenzar de nuevo. ¿Te parece</p>

LOC 2 (CARLOS)	amigo?
LOC 1 (MANUEL)	Ok, tienes una última oportunidad.
	Perfecto.
ENTRA EFECTO: RETROCEDIENDO UNA CINTA 3”	
SALE EFECTO	
LOC 1 (MANUEL)	Buenos días tengan todos y gracias por sintonizar nuestra primera transmisión de Novatos Fuimos todos.
	Estaremos con ustedes durante la próxima media hora recordándoles que pueden hacer sus comentarios, quejas, invitaciones, saludos a su mamá, regaños o cualquier otro tipo de cosas.
LOC 2 (CARLOS)	Novatosfuimostodos.blogspot.com, y también pueden escribirnos a

<p>ENTRA EFECTO: RESORTE 1”</p> <p>SALE EFECTO</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p> <p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>nuestro mail que es novatosfuimostodos@gmail.com ¿Cómo comienza este programa?</p> <p>Entonces comenzamos el programa de hoy señores.</p> <p>Te parece si comenzamos a hablar sobre el pensum.</p> <p>Bueno, evidentemente que el pensum es uno de los tópicos más tocados aquí en la escuela, sobre todo a las personas que están ingresando.</p> <p>Vamos a ir poniéndole los puntos claros sobre las ies. Vamos a ir aterrizando a los que siguen por</p>
--	---

<p>ENTRA EFECTO: WHATS!! 2” SALE EFECTO</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p> <p>ENTRA EFECTO: GALLO 3” SALE EFECTO</p> <p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>ENTRA EFECTO: TERODACTILO 3”</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>las nubes y hablando un poquito sobre las materias que ofrece esta carrera de comunicación social de la UCV, primero queremos informarle que el pensum no ha sido modificado</p> <p>Aproximadamente desde que los terodáctilos habitaban en la tierra</p> <p>Zeus es el sonido 3 no el 4.</p> <p>Lo que te decía es que el pensum tiene unos cuantos años ya, no sé si tu sabes qué cantidad de años tiene.</p>
---	--

<p>LOC 2 (CARLOS)</p>	<p>Bueno ya va Manuel, esto tampoco esto es un chalequeo, vamos a hablar seriamente.</p> <p>El pensum sólo tiene 25 años sin haber sido modificado, y desde entonces ha estado muy vinculado con lo que es el periodismo impreso.</p> <p>La cantidad de materias ligadas a esta rama siempre ha sido considerablemente mayor a las de otras áreas publicidad, cine, televisión, radio, relaciones públicas y XXX.</p>
<p>LOC 1 (MANUEL)</p> <p>ENTRA EFECTO: TERMINATOR 8”</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Tenemos 7 materias directamente vinculadas con el periodismo: Estas son, Taller de redacción 1, Taller de redacción 2, teoría de la información periodística y:</p>

<p>SALE EFECTO</p>	<p>Periodismo 1, periodismo 2, periodismo 3, periodismo 4.</p>
<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Este verano</p>
<p>ENTRA EFECTO. TWENTY CENTURY FOX 18"</p>	
<p>SALE EFECTO</p>	
<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Periodismo V.</p>
<p>CONTROL: SALE CORTINA</p> <p>CONTROL: ENTRA CORTINA FAKE TALES OF SAN FRANCISCO SE MANTIENE POR 3" Y SE VA A FONDO</p>	
<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Porque el periodismo se ha</p>

<p>LOC 2 (CARLOS)</p>	<p>convertido en algo como de películas, la lista es interminable, es como Terminator, siguen sacado películas y películas.</p> <p>Pero no se pongan tristes, no se decepcionen. Hay también un lado positivo en ver tanto periodismo.</p> <p>Claro, lo bueno es que desde un comercial de televisión, un guión de radio, un artículo de periódico se sustentan en la buena redacción, así que saber escribir es algo que te va a ayudar para cualquier especialidad de la carrera, incluso para escribir en el Messenger.</p>
<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Eso, sobre todo el Messenger.</p> <p>Carlos Piña, para lo que no lo saben es redactor en urbe y en urbe bikini. Eso es importante decirlo. Entonces, hace falta una</p>

<p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>CONTROL: SALE CORTINA</p> <p>ENTRA EFECTO: SINTONIZANDO RADIO 2"</p> <p>SALE EFECTO</p> <p>CONTROL: ENTRA CORTINA. SHOW ME HOW TO LIFE SE MANTIENE 3", BAJA Y SE VA A FONDO</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>buena redacción ahí ¿no?</p> <p>Sí, sobre todo en urbe bikini. Hace falta una redacción increíble.</p> <p>Ya adentrándonos en otras cátedras, vamos a hablar de radio, siendo probablemente la cátedra más evolucionado en cuanto a equipos e infraestructura.</p> <p>La mayoría de los locutores del</p>
--	--

<p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>ENTRA EFECTO: AJA, ¿Y? 3”</p> <p>SALE EFECTO</p>	<p>país se forman en el curso de nuestra escuela y tú también puedes acceder a él, de manera gratuita y así tendrás tu certificado de locución que son esos numeritos que los locutores se la pasan diciendo como un RIF, bueno ese es el certificado que locución que créeme que vale muchísimo.</p> <p>Si quieres tener más información acerca del curso de locución que brinda la escuela, dirígete al departamento de locución que está al lado de la dirección. y bueno pregunta por ahí.</p> <p>Eso sí cuando vayas no dejes de anunciar que vas de parte de la producción de novatos fuimos s todos y recibirás un</p>
---	---

<p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>ENTRA EFECTO: SINTONIZANDO TELEVISION 2”</p> <p>SALE EFECTO</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p> <p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>CONTROL: SALE CORTINA</p>	<p>Totalmente gratis.</p> <p>Nos metemos en televisión. Podemos decir que es una de las cátedras que aunque no esta dotada con los mejores equipos, tiene un pensum esencial para darte los conocimientos teórico-prácticos que vas a necesitar.</p> <p>Aquí vas a aprender de todo, ya sea frente o detrás de la cámara. Yo creo que lo más notable es el grupo de profesores de trayectoria.</p> <p>¿Quién sabe? Quizás te conviertas en el sucesor de Daniel</p>
---	---

<p>CONTROL: ENTRA CORTINA OLGA TAÑON SE MANTIENE POR 2" HASTA DESAPARECER.</p> <p>ENTRA EFECTO MOVIE 2" SALE EFECTO</p> <p>CONTROL: ENTRA CORTINA. AN HONEST MISTAKE SE MANTIENE 4", BAJA Y SE VA A FONDO</p> <p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Sarcos, animes el Súper Sábado Sensacional y le entregues la próxima orquídea de uranio a la venezolanísima Olga Tañon.</p> <p>Pasemos ahora a la cátedra de Cine</p> <p>Cátedra llamativa en estos últimos tiempos. Ahora que están despegando el cine con esta ola de nuevas películas.</p>
---	--

<p>LOC 1 (CARLOS)</p> <p>CONTROL: SALE CORTINA.</p> <p>ENTRA EFECTO GENTE 15”</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>VOZ: ESTUDIANTE</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>VOZ: ESTUDIANTE</p>	<p>Cine, es una cátedra muy llamativa que va a agudizar tu visión artística.</p> <p>Planos de cámara, lenguaje cinematográfico, historia y clásicos del cine son algunas de las cosas que aprenderás en esta cátedra y sobre todo vas a entender de una buena vez que el cine venezolano no sólo trata de secuestros, groserías y malandreo.</p> <p>Ya volvemos con más</p> <p>Disculpa chamo, ¿por favor puedes ayudarme? soy nuevo y estoy buscando el salón C6.</p> <p>¿C6?</p> <p>Si, allá abajo me dijeron que el ascensor me dejaba justo enfrente, pero nunca lo conseguí.</p> <p>Tú si eres nuevón vale, aquí no</p>
---	--

<p>ENTRA EFECTO: RISAS 5” SALE EFECTO</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>VOZ: NARRADOR</p> <p>ENTRA EFECTO: BLUES 10” SALE EFECTO</p> <p>ENTRA EFECTO: AVION 20” SALE EFECTO</p> <p>CONTROL: ENTRA CORTINA: BOSSA N ROSES, SE MANTIENE 4”, BAJA Y SE VA A FONDO</p> <p>VOZ: AZAFATA</p>	<p>existe el c6 y lo que hay son escaleras papá</p> <p>Yo sí ¿y?</p> <p>Llévalo con orgullo. Que no te de pena. Novatos Fuimos todos, porque nadie nace aprendido</p> <p>Luchadores del programa Novatos fuimos todos sean bienvenidos al vuelo 3814. Tomen asiento, abróchense los cinturones y</p>
---	--

cuelguen sus guantes de boxeo, porque estamos a punto de despegar hacia la Ruta del comunicador.

Primera parada: Festival de cine Venezolano.

Cada año, en la acogedora ciudad de Mérida se busca premiar lo más reciente de nuestro cine, donde además se realizan proyecciones, foros, charlas, talleres y un concurso de cortos donde puedes participar.

Viajar a esta hermosa ciudad, significa disfrutar con tus compañeros, algo más que unos salones de clases.

Segunda Parada: Caracas  
Filminuto.

Es un festival anual, donde cualquier estudiante puede participar realizando un video documental

Concurando en este importante festival, experimentarás lo que significa la producción de un proyecto cinematográfico.

Tercera parada: Seminario de periodismo deportivo de la Universidad Simón Bolívar.

Es la oportunidad ideal para que los interesados en el periodismo deportivo se nutran de la experiencia de los profesionales más destacados del continente.

La USB tiene doce años fomentando esta especialización siendo una de las pocas opciones para quienes se quieren dedicar a esta rama.

<p>CONTROL: SALE CORTINA</p> <p>ENTRA EFECTO: AVION 20” SALE EFECTO</p> <p>VOZ: PRESENTADORA</p>	<p>Cuarta Parada: Contra la pared</p> <p>Iniciada por estudiantes de nuestra escuela, todos los lunes se proyectan películas frente a la fachada de nuestro edificio.</p> <p>Sentados en la grama y presenciando el caer de la noche, cada semana se puede respirar un gran ambiente estudiantil donde se comparten experiencias y comentarios.</p> <p>Gracias por volar con Novatos Airlines. Estaremos aterrizando en pocos minutos, no dejen de volar la semana que viene con nuevos destinos.</p>
--	---

<p>ENTRA EFECTO: AMBIENTE DE GENTE 32” SALE EFECTO</p> <p>ENTRA EFECTO: MAQUINA DE ESCRIBIR 32” SALE EFECTO</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>VOZ: SECRETARIA</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>VOZ: SECRETARIA</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p>	<p>La ruta del comunicador.</p> <p>Si Valentina Quintero estudiara en nuestra escuela, esta hubiera sido su sección.</p> <p>Buenas tardes señoritas vengo a buscar un kárdex y a retirar una materia.</p> <p>Ticket de 200.</p> <p>Yo pensé que era de 250, ¿No hay problema?.</p> <p>Ticket de 200 y fotocopia ampliada de la cédula sin cortar.</p>
---	---

<p>VOZ: SECRETARIA</p>	<p>Lo que pasa es que me confundí y compré el ticket de...</p>
<p>VOZ: MIGUELITO</p>	<p>Ticket de 200, fotocopia ampliada de la cédula sin cortar, planilla de inscripción por secretaría.</p>
<p>VOZ: SECRETARIA</p>	<p>Señorita es que pasé hora y media en la cola para el ticket y lo hice fue de 250</p>
<p>VOZ: SECRETARIA</p>	<p>Ticket de 200, fotocopia ampliada de la cédula sin cortar, planilla de inscripción por secretaría, certificado médico, título fondo negro, registro dental, licencia de conducir de ambos padres, partida de nacimiento de tu abuela materna.</p>
<p>ENTRA EFECTO: SUSPENSO 4"</p>	
<p>SALE EFECTO</p>	
<p>VOZ: MIGUELITO</p>	<p>Pero señora ya le dije que... AHHHHHH...</p>

ENTRA EFECTO: VIDRIOS  
ROTOS 2"  
SALE EFECTO

ENTRA EFECTO: ALARMA 4"  
SALE EFECTO

ENTRA EFECTO: PUERTA 2"  
SALE EFECTO

VOZ: NARRADOR

¿Habías eximido una materia y en tu kárdex sale reprobada? ¿Qué tienes que buscar al profesor que te la dio pero casualmente se mudo a Eslovenia por año sabático?

Coge dato, para prevenir antes de recordarle la madre a todo el mundo.

CONTROL:  
ENTRA CORTINA: JAZZ ROCK  
SE MANTIENE 4", BAJA Y SE  
VA A FONDO

VOZ: NARRADOR

Primero. Sácale copia a cualquier planilla o papel que te entreguen, incluso hasta a los tickets del cafetín. A los papeles importantes les gusta jugar a las escondidas.

Segundo. Ten siempre tu carnet vigente. Tenerlo vencido puede hacer que pagas pasaje completo o que te reboten del comedor.

Tercero. Asegúrate de que te firmen como recibido cada planilla que introduzcas. Aunque no lo creas, el autógrafo de una secretaria de la UCV puede valer más que el de Al Pacino.

CONTROL:

SALE CORTINA

ENTRA EFECTO: PUERTA 2"

SALE EFECTO

ENTRA EFECTO: GENTE

AMBIENTE 18"

<p>SALE EFECTO</p> <p>ENTRA EFECTO: TECLAS 18”</p> <p>SALE EFECTO</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>VOZ: SECRETARIA</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>VOZ: SECRETARIA</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>ENTRA EFECTO: GOLPE 1”</p> <p>SALE EFECTO</p>	<p>Señorita, por favor, vengo a pedir una constancia de estudios.</p> <p>Ticket de 200, fotocopia ampliada de la cédula sin cortar</p> <p>Planilla de inscripción por secretaría, certificado médico, título fondo negro, registro dental, licencia de conducir de ambos padres.</p> <p>Toma aquí esta todo.</p> <p>Ah, se me olvidaba otra cosa.</p> <p>Sí ya sé partida de nacimiento de mi abuela materna. Toma aquí también está.</p>
--	---

<p>CONTROL: ENTRA CORTINA: MGMT SE MANTIENE 18", BAJA Y SE VA A FONDO</p>	
<p>VOZ: PRESENTADORA</p>	<p>Si hiciste una entrevista, un programa de radio, un micro, un corto, tomaste una buena foto o cualquier cosa de interés para esta comunidad. Súbelo y compártelo en <a href="http://Novatosfuimostodos.blogspot.com">Novatosfuimostodos.blogspot.com</a></p>
<p>VOZ: NARRADOR</p>	<p>Porque ahora, este blog es de todos.</p>
<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Igualmente, más allá de lo que ustedes posteen y de nuestro programa, ahí encontrarán recomendaciones de libros, películas, artículos de opinión, links de interés y fotografías que puedan ser útiles para ustedes.</p>
<p>LOC 2 (CARLOS)</p>	<p>Yo quiero comenzar hablando sobre un libro que me leí esta</p>

<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>semana, llamado Las teorías de los cineastas, escrito por el francés Jacques Aumont</p> <p>El libro engloba todas las teorías cinematográficas que se han escrito desde 1920 hasta la fecha, y logra una especie de síntesis.</p> <p>Lo fino del libro es que está escrito en un lenguaje súper sencillo, súper accesible, súper digerible que te lo puedes ir leyendo tranquilamente en el Metro.</p> <p>Vi un reportaje en Youtube, esta maravillosa página creada por los dioses, que trata de la Cienciología.</p> <p>Lo impactante del reportaje es que la periodista se metió en el templo y filmó todo con una cámara escondida en su cartera.</p> <p>Tienen que ver el reportaje, es</p>
-----------------------	---

<p>CONTROL: SALE CORTINA</p> <p>CONTROL: ENTRA CORTINA: GREEN DAY SE MANTIENE 5", BAJA Y SE VA A FONDO</p> <p>LOC 2 (CARLOS)</p>	<p>brillante. Todo el trasfondo que ay detrás de la cienciaología está en ese reportaje. Muy bien hecho, un poco amarillista, pero no se lo pierdan. Yo se los recomiendo.</p> <p>Sólo ingresen Cienciaología Cámara Oculta en el buscador de youtube y disfruten el reportaje.</p> <p>Tampoco se pueden perder la película que acaba de estrenar Ron Howard, llamada Frost / Nixon.</p> <p>La película trata sobre todo el conflicto cuando Richard Nixon salió de la Casa Blanca y es</p>
--	---

entrevistado por David Frost que es un periodista británico, que fue el único que logró entrevistarlo, después de todo el escándalo del Watergate.

Es interesante para uno como periodista, ver todas las peripecias por las que tuvo que pasar Frost para conseguir la entrevista que al final le estaba cobrando una alta suma de dinero.

Pueden buscarla en las mejores salas del país o en los buhoneros de su preferencia.

Cualquier cosa que encuentren interesante, recuerden hacérsela llegar a través de nuestro e-mail [novatosfuimostodos@gmail.com](mailto:novatosfuimostodos@gmail.com)

CONTROL:

SALE CORTINA

<p>VOZ: NARRADOR</p> <p>CONTROL:</p> <p>ENTRA CORTINA: LILLY ALLEN</p> <p>SE MANTIENE 7" Y BAJA, HASTA DESAPARECER</p> <p>ENTRA EFECTO: AMBIENTE GENTE 10"</p> <p>SALE EFECTO</p> <p>VOZ: MIGUELITO</p> <p>VOZ: NARRADOR</p>	<p>Llévalo con orgullo. Que no te dé pena. Novatos Fuimos Todos, porque nadie nace aprendido.</p> <p>No chamo, esta es una escuela de comunicación social y no hay ni un medio de comunicación, las instalaciones no sirven, los equipos son burda de viejos, y nunca organizan nada.</p> <p>Es muy fácil quejarse, lo difícil es actuar. Es tiempo de cambiar. Hasta Juanes, lo sabe.</p>
--	--

<p>CONTROL: ENTRA CORTINA: JUANES SE MANTIENE 5" Y BAJA, HASTA DESAPARECER</p> <p>VOZ: NARRADOR</p> <p>ENTRA EFECTO: CAMPANAS 2" SALE EFECTO</p> <p>CONTROL: ENTRA CORTINA: SKA SE MANTIENE 8", BAJA Y VA A FONDO</p> <p>VOZ: PRESENTADORA</p> <p>LOC 1 Y LOC 2 (MANUEL Y CARLOS)</p> <p>ENTRA EFECTO: TIGRE 3"</p>	<p>¿Y tú, qué haces por tu escuela?</p> <p>Y de esta manera comienzan los rounds de consejos para que seas un comunicador social con todos los hierros.</p> <p>Y saca el tigre que hay en ti.</p>
---	---

<p>SALE EFECTO</p> <p>CONTROL:</p> <p>ENTRA CORTINA: THE KILLERS</p> <p>SE MANTIENE 1", BAJA Y VA A FONDO</p> <p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>ENTRA EFECTO: CAMPANA BOXEO 1"</p> <p>SALE EFECTO</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p> <p>ENTRA EFECTO: CAMPANA BOXEO 1"</p> <p>SALE EFECTO</p>	<p>Round1. Ver televisión, leer prensa o hablar con tus vecinos es una buena manera de estar informado. Busca la vía que más te guste para estar enterado de los sucesos más relevantes.</p> <p>Round2.</p> <p>Está alerta a tu alrededor, de las cosas más cotidianas puede salir una noticia que le de la vuelta al mundo.</p>
---	--

<p>LOC 2 (CARLOS)</p> <p>ENTRA EFECTO: CAMPANA BOXEO 1” SALE EFECTO</p>	<p>Round3.</p> <p>No te limites en conocer sólo lo que te interesa. Es necesario saber un poco de todo.</p>
<p>LOC 1 (MANUEL)</p> <p>ENTRA EFECTO: CAMPANA BOXEO 1” SALE EFECTO</p>	<p>Round4</p> <p>Asiste a eventos variados, desde muestras fotográficas hasta ferias de libros. La cultura es la esencia del comunicador.</p>
<p>LOC 2 (CARLOS)</p>	<p>Round5.</p> <p>Cada rama de la carrera tiene sus implementos básicos que llegan a ser tan importantes como tu ipod, tu ticket de metro o tu carnet estudiantil.</p> <p>Un block de notas, una cámara o</p>

<p>ENTRA EFECTO: CAMPANA BOXEO 2” SALE EFECTO</p> <p>LOC 1 (MANUEL)</p> <p>LOC 1 Y LOC 2 (MANUEL Y CARLOS)</p> <p>ENTRA EFECTO: TIGRE 3” SALE EFECTO</p> <p>CONTROL: SALE CORTINA</p> <p>VOZ: ESTUDIANTE 1</p> <p>VOZ ESTUDIANTE 2</p>	<p>una grabadora de voz son tus aliados para evidenciar el suceso que mañana puede hacer historia.</p> <p>Y hasta aquí los rounds de consejos de esta semana para ser un comunicador social con todos los hierros.</p> <p>Y saca el tigre que hay en ti.</p> <p>Mi primer día fue una locura.</p> <p>Me perdí por tres horas.</p>
--	---

VOZ ESTUDIANTE 3	No, a mi me pitaron en el comedor.
VOZ ESTUDIANTE 4	Chamo, a mi unos hippies me invitaron a fumar.
VOZ ESTUDIANTE 5	Yo me metí en el baño de mujeres.
CONTROL: ENTRA CORTINA: ACCION SE MANTIENE 4", BAJA Y SE VA A FONDO	
VOZ: CONCURSO	Estamos en la búsqueda de las mejores historias sobre el primer día de clases. A ti qué te paso. Échanos el cuento.  Si tu historia es la mejor, te ganaras un viaje a Boca de Uchire con todos los gastos pagos.  Busca en el blog, las bases del concurso.
CONTROL: SALE CORTINA	

<p>VOZ: NARRADOR</p> <p>CONTROL:</p> <p>ENTRA CORTINA: WHAT A LIKE ABOUT YOU</p> <p>SE MANTIENE 16", BAJA Y SE VA A FONDO</p>	<p>Llévalo con orgullo. Que no te dé pena. Novatos Fuimos Todos. Porque nadie nade aprendido.</p>
<p>LOC 1 (MANUEL)</p>	<p>Lamentablemente se nos está acabando el tiempo y ya nos están haciendo señas de que un grupo de Radio II tienen que grabar una práctica antes de que el profesor se vaya.</p>
<p>LOC 2 (CARLOS)</p>	<p>Gracias por acompañarnos. Hasta la próxima semana que viene la segunda emisión de Novatos fuimos todos. Recuerden que pueden escribirnos a través de nuestro e-mail</p>
<p>CONTROL:</p> <p>SALE CORTINA</p> <p>CONTROL:</p>	<p>novatosfuimostodos.blogspot.com</p>



## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES**

En el trabajo presentado abordamos la problemática de desmotivación de los estudiantes de la escuela de Comunicación Social de la U.C.V hacia su institución. Debido a que se trata de un tema poco estudiado, utilizamos la metodología exploratorio-descriptiva, lo que nos permitió una visión aproximada al objetivo planteado.

Partimos del supuesto de que la desmotivación se origina en el proceso de cambio que representa el tránsito del bachillerato a la universidad, que coincide con el momento de transición de una etapa adolescente a una vida adulta. A esto se agrega el cambio de ambiente y las aspiraciones de una nueva etapa de vida que inciden en la adaptación a un nuevo contexto.

Para profundizar en el problema realizamos una investigación que nos proporcionó un basamento teórico, así como un estudio práctico a través de un cuestionario, con el cual buscamos resultados tangibles sobre las causas y consecuencias del problema planteado.

El cuestionario contiene 15 preguntas, fue realizado en una población total de 50 estudiantes, desde el primero al décimo semestre de la carrera, con el objetivo de recoger diversos puntos de vista.

Tres conceptos fueron la columna vertebral de nuestro análisis: El proceso de cambio, el sentido de pertenencia y la apatía.

1.- Sobre el proceso de cambio, el 70% de los estudiantes afirmó que fue dificultoso, resultados que confirmaron nuestro supuesto inicial. Esta dificultad se vio reforzada por la opinión de los especialistas en el área que recomiendan que el proceso de bachillerato a la universidad debe ser atendido cuidadosamente, donde la institución tiene que tener un rol protagónico para acoger al estudiante de forma muy cercana.

En este sentido, el 66% de los encuestados respondió que la escuela de Comunicación Social de la U.C.V no los ayudó a asimilar este proceso, lo que

evidencia que hay una falta de receptividad en el preciso momento donde el estudiante llega a su nueva casa de estudios.

2.- Referente al sentido de pertenencia, obtuvimos en nuestra investigación que mientras esté más reforzado, más impulsará al individuo a actuar en beneficio de su entorno. La manera de manifestar un bajo sentido de pertenencia, es por el contrario, la ausencia de acciones que evidencian la falta de interés.

Dada la dificultad de medir el sentido de pertenencia, guiados por estas apreciaciones, las preguntas sobre este tema fueron abiertas y evidenciaron la percepción de la mayoría de los entrevistados sobre el descuido hacia las instalaciones y falta de iniciativa y de sentido de pertenencia.

3.- Por último, el 92% de los entrevistados respondió que existe apatía. Respecto a la forma de manifestación de la apatía, obtuvimos distintas respuestas que pueden verse en el capítulo "Aspectos metodológicos.

El estudio confirmó la pertinencia de crear un medio de comunicación social de la escuela, cuyo contenido desarrolle estrategias destinadas a atacar la problemática planteada. Un 92% de los estudiantes confían que la existencia de un medio de comunicación de la escuela haría que la identificación fuera mayor.

A las ventajas que posee de un medio de comunicación social, referidas en la introducción y en el planteamiento del problema, donde se destaca el poder de hacer llegar de manera eficaz y directa un mensaje, se agrega que la gran mayoría de la población estudiantil respondió que quisiera tener un medio de comunicación propio de la escuela.

Teniendo en cuenta que la población más perjudicada por la desinformación es la de los primeros semestres, enfocamos el programa especialmente hacia ellos. Elegimos realizar un programa de radio Web de tipo magazine, con información de interés, secciones humorísticas, consejos, datos, realce de los valores, entre otros. El lenguaje utilizado se propuso estar en sintonía con nuestro target, con la clara finalidad de vencer los obstáculos encontrados para la adaptación y el sentido de pertinencia.

Al medio elegido le sumamos los beneficios de la Web 2.0 mediante la creación de un blog que sirva de alojamiento para el programa, con lo que no sólo añadimos más dinamismo e interactividad a través de imágenes, música o links de interés

Estimamos que esta propuesta en el cual se fusionan la construcción de un mensaje de contenido valioso con eficaces e innovadores medios de comunicación social, repercutirá en cambios sustanciales en la mentalidad de las nuevas poblaciones de la escuela.

## LISTA DE REFERENCIAS

### Referencias Bibliográficas

Abreu, C. (2003). *El periodismo en Internet*. Venezuela: Universidad Central de Venezuela.

American Psychological Association (2001). *Publication Manual of the American Psychological Association*. 5th ed. Washinton, DC: APA.

Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Editorial Episteme.

Balsebre, A. (1996). *El Lenguaje Radiofónico*. España: Editorial Cátedra.

Carballar, J. (1994). *Internet: el mundo en sus manos*. Birmania: Addison Wesley Iberoamericana Rama.

Casale, F. (2008). *Super Blogger. La guía definitiva para crear blogs atractivos y exitosos*. Argentina: Red Users.

Cebrián, M. (2001). *La Radio en la Convergencia Multimedia*. España: Gedisa Editoria.

Díaz, J. y Salaverría, R. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Downing, D. (1997). *Diccionario de términos informáticos e Internet*. España: Anaya Multimedia.

Gladwell M. (2000). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big*

- Difference*. USA: Little Brown.
- Hilliard, R. (2000). *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. México: Editorial Internacional Thomson.
- Huitema, C. (2000). *Internet...: una vía al futuro*. España: Eyrolles Gestión.
- Pareja, V., Giménez, E., Fernández, I. y López L. (2003). *Guía de Internet para periodistas*. Madrid: Centro de Información y Documentación Científica CINDOC.
- Pfaffenberger, B. (1997). *10 secretos para el éxito en la web*. Thompson-Paraninfo.
- Piscitelli, A. *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Argentina: Paidós.
- Rheingold, H. (1996). *La Comunidad Virtual*. España: Gedisa.
- Sampieri, R. y Collado, C. (1996). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Villasmil, D. (2005). *Teoría y práctica de la Radio*. Mérida: Universidad de Los Andes. Editorial CEC.
- Wilbur (1997). *An Archaeology of Cyberspaces: Virtuality, Community, Identity*. New York: Routledge.
- Zavarce, C. (1996). *Secretos de la producción radiofónica*. Caracas: Panapo.

## Referencias Electrónicas

Aguilar, María (2005). *La transición a la vida universitaria: Éxito, fracaso, cambio y abandono*. Disponible en: <http://74.125.47.132/search?q=cache:5VAFsFxrT2UJ:www.enduc.org.ar/educ4/trabajos/t064-c36.pdf+La+transici%C3%B3n+a+la+vida+universitaria:+%C3%89xito,+fracaso,+cambio+y+abandono&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ve&client=firefox-a>

Barbarito, M. y Montero, J. (2007). Sentido de pertenencia: Formas de reforzarlo. Instituto Antártico Argentino. Argentina. Disponible en: <http://74.125.47.132/search?q=cache:jCA6c8MGQkoJ:www.dna.gov.ar/CIENCIA/SANTAR04/CD/PDF/408SP.PDF+SENTIDO+DE+PERTENENCIA+--+FORMAS+DE+REFORZARLO&cd=1&hl=es&ct=clnk&client=safari>

Barger, J. (2007). *Top 10 Tips for New Bloggers From Original Blogger Jorn Barger*. Disponible en: [http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/2007/12/blog\\_advice](http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/2007/12/blog_advice)

Boland, P. (2008). *Después de los blogs, los audioblogs*. Revista Digital Tic Networking. Disponible en: <http://networking-tic.info/spip.php?article74>

*Centro de Difusión Tecnológica*. (Página web en línea). Disponible en: <http://www.cdtinternet.net/>

Davis, I. (2005, Julio 4). *Talis, Web 2.0 and All That*. Disponible en: <http://iandavis.com/blog/2005/07/talis-web-20-and-all-that>

*Diccionario de la Lengua Española*. (Página web en línea). Real Academia Española. Vigésima Segunda Edición. Disponible en: <http://buscon.rae.es/drael/>

*Enciclopedia Virtual Sobre Audio.* (Página web en línea). Disponible en:  
<http://www.soloaudio.com>

*Enciclopedia Virtual Wikipedia.* (Página web en línea). Disponible en:  
[es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org)

Foster, D. (1996). *Community and Identity in the Electronic Village.* Disponible en: [http://services.exeter.ac.uk/cmit/media/texts/porter1996/foster1996\\_community\\_and\\_identity/](http://services.exeter.ac.uk/cmit/media/texts/porter1996/foster1996_community_and_identity/)

Gosende, J. (2008). *¿Qué es la Web 2.0?* Disponible en:  
[http://www.microsoft.com/spain/empresas/internet/web\\_2.mspx](http://www.microsoft.com/spain/empresas/internet/web_2.mspx)

Gutiérrez, T. (2007, Noviembre 18). *Las funciones de la radio por Internet.* Publicado en el blog: *Investigación en Radio.* Disponible en:  
<http://comunicacioncatlan.blogspot.com/2007/11/las-funciones-de-la-radio-por-internet.html>

Lemos, J. (2003). *La Radio en Internet. Un nuevo medio que nos acerca a mundo.* Disponible en: [http://www.areacomunicacion.com.ar/text/radio\\_2003.htm](http://www.areacomunicacion.com.ar/text/radio_2003.htm)

*Música digital: Radio blogs, una herramienta cada vez más utilizada por los internautas.* Revista Digital Consoft. Disponible en:  
[http://www.consoft.es/noticias/news\\_text.asp?id=34936](http://www.consoft.es/noticias/news_text.asp?id=34936)

O'Reilly, T. (2006, Febrero 23). *Qué es web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software.* Disponible en:  
<http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>

*Psicopedagogía* (Página web en línea). Disponible en: <http://www.psicopedagogia.com/definicion/apatia>

Ribes (2007), *El valor de los Metadatos y la Inteligencia colectiva. Revista de Comunicación e Innovación*. España. Disponible en: <http://www.telos.es/home.asp?rev=&rev=>

Rojó, N (n. d.). *Podcasting: programas de radio por Internet*. Boletín On-Line Consumer Eroski. Disponible en: <http://www.consumer.es/web/es/tec/software/2005/04/07/027.php>

Sáenz, E., Vera, E., y Rengifo G. (2009). *Del Colegio a la Universidad*. Portal Escolar. Disponible en: [http://www.portalescolar.edu.pe/wu/wupe\\_bd001.nsf/ArticulosInteres/E037737F5A1AFA5052571F6007D606F?OpenDocument](http://www.portalescolar.edu.pe/wu/wupe_bd001.nsf/ArticulosInteres/E037737F5A1AFA5052571F6007D606F?OpenDocument)

Salaverría, R. (2003). *Convergencia de Medios. Revista Latinoamericana de Comunicación: Chasqui*. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/81/salaverria81.htm>

Simoncini, C. (2008, Febrero 26). *El Sentido de Pertenencia*. Disponible en: <http://cgsm2008.blog.arnet.com.ar/archive/2008/02/26/el-sentido-de-pertenencia.html>

Villagrán, H. (2008, Mayo 2). *Radio y TV por Internet. El Nuevo Empresario*. Disponible en: [http://www.elnuevoempresario.com/noticia\\_1278\\_radio-y-tv-por-internet.php](http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1278_radio-y-tv-por-internet.php)

Zárraga, J. (n. d.). *Los Medios de Comunicación en Internet*. Revista Digital Argo. España. Disponible en: <http://www.argo.es/medios/ponencia.html>