

CREACIÓN DE UNA PROPUESTA DE MAGAZINE RADIAL CON TEMÁTICA DEPORTIVA, TOMANDO COMO REFERENTE EL ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURA DEL PROGRAMA DEPORTIVO ENTRETUENPO EN LA RADIO DE CARTAGENA

Tesis presentada a la División de Ciencias Humanas

Universidad Tecnológica de Bolívar

Para obtener el título de Comunicadora Social

Directora de Programa: Laura Cardona Muñoz

María Camila Romero Collazo

Código: T00015856

Febrero 2015.

**© Copyright © 2015 por María Camila Romero Collazo.
Todos los derechos reservados.**

CREACIÓN DE UNA PROPUESTA DE MAGAZINE RADIAL CON TEMÁTICA DEPORTIVA, TOMANDO COMO REFERENTE EL ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURA DEL PROGRAMA DEPORTIVO ENTRETUENPO EN LA RADIO DE CARTAGENA

**Tesis presentada a la División de Ciencias Humanas
Universidad Tecnológica de Bolívar
Para obtener el título de Comunicadora Social
Directora: Laura Cardona Muñoz**

María Camila Romero Collazo.

Código: T00015856.

Febrero 2015.

Asesor:

María Clara Valencia Mosquera

© Copyright © 2015 por María Camila Romero Collazo.

Todos los derechos reservados.

AGRADECIMIENTOS

A la vida misma y al universo que dispuso las condiciones y personas oportunas para emprender y culminar con éxito este proyecto. En especial agradecimiento total al apoyo de Laura Cardona y María Clara Valencia.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	8
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
2.1 Descripción del problema	9
2.2 Formulación del problema	11
3. JUSTIFICACIÓN	12
4. OBJETIVOS	14
4.1 General	14
4.2 Específicos	14
5. MARCO REFERENCIAL	15
5.1 Marco teórico	15
5.1.1 Aproximación teórica a la radio	15
5.1.2 Aproximación teórica al mensaje	18
5.1.3 Aproximación teórica a programación	19
5.1.4 Aproximación teórica a narrativas mediáticas.....	20
5.2 Estado Del Arte	21
5.2.1 Estudios en el ámbito Nacional e Internacional	21
5.3 Marco Conceptual	26
5.4 Marco Legal	31
6. DISEÑO METODOLÓGICO	36
6.1 Tipo y diseño de la investigación	36
6.2 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	37
6.2.1 Técnicas	37
6.2.2 Instrumentos	38
6.3 Población y sujetos participantes del estudio.	40
6.3.1 Población	40
6.3.2 Muestra	40
6.4 Alcance del estudio	41
6.5 Cumplimiento de los objetivos	41

7. PRESUPUESTO	43
8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	44
9. RESULTADOS	¡Error! Marcador no definido.
9.1 Descripción de la experiencia del programa Entretiempo de la emisora U de C Radio	
.....	¡Error! Marcador no definido.
9.1.1 Definición del programa.....	¡Error! Marcador no definido.
9.1.2 Origen del programa.....	¡Error! Marcador no definido.
9.1.3 Características de la emisión del programa	¡Error! Marcador no definido.
9.1.4 Formatos y géneros radiofónicos.....	¡Error! Marcador no definido.
9.1.5 Temáticas.....	¡Error! Marcador no definido.
9.1.6 Equipo de trabajo.....	¡Error! Marcador no definido.
9.1.7 Duración del programa	¡Error! Marcador no definido.
9.1.8 Público objetivo.....	¡Error! Marcador no definido.
9.1.9 Selección y emisión de contenidos.....	¡Error! Marcador no definido.
10. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y PROPUESTA DE	
MAGAZINE	45
10.1 Análisis e interpretación de resultados	¡Error! Marcador no definido.
10.2 Propuesta de magazine	47
10.2.1 Nombre del programa.....	47
10.2.2 Duración	47
10.2.3 Periodicidad	47
10.2.4 Hora de emisión.....	47
10.2.5 Público objetivo.....	51
10.2.6 Géneros	51
10.2.7 Formatos	51
10.2.8 Dirección	51
10.2.9 Equipo de producción.....	52
10.2.10 Objetivo del programa	52
10.2.11 Justificación	53
10.2.12 Estructura del programa.....	¡Error! Marcador no definido.
11. CONCLUSIONES.....	59
12. BIBLIOGRAFÍA.....	62

13. ANEXOS.....	64
13.1 Anexo 1: Análisis del programa de radio Entretiempo	64
13.1.1 Estructura del programa.....	64

RESUMEN

En el presente estudio se diseñó un magazine radial que narrará los eventos y actividades más destacadas del deporte aficionado y profesional en la ciudad de Cartagena, a partir de un diagnóstico de la estructura del programa Entretiempo de la U de C Radio emitido y producido en la radio local. Para esto se diseñó una investigación descriptiva, con la que se identificará la organización temática y estructural del programa radial entretiempo, emitido en Cartagena a través del método cualitativo-exploratorio. Los resultados mostraron que en Cartagena, Entretiempo es el único programa radial deportivo enfocado al público joven; basado en un formato fresco y de actualidad, con un enfoque internacional y nacional, intentan continuamente mantener a su audiencia. Se propuso el magazine *LA HEROICA DEPORTIVA*, que durará 120 minutos, integrado por tres franjas, y justificado en la medida en que existe en la ciudad la necesidad de un programa alternativo a Entretiempo. Se concluye que el magazine será exitoso en la medida en que se produzca con originalidad, innovación y compromiso hacia el público joven.

Palabras clave: Programa radial deportivo, magazine, Cartagena, frecuencia modulada.

1. INTRODUCCIÓN

En términos históricos puede afirmarse que en Colombia desde la década del 50, con la profesionalización del deporte colombiano, la radio como medio de comunicación se interesó por el gusto del aficionado en estas actividades, convirtiéndose las transmisiones de fútbol y ciclismo en uno de los principales focos de información y debate tratados por este medio.

Nivel nacional se considera que el periodismo deportivo está marcado por elementos regionalistas, en la medida en que los aficionados prefieren a los periodistas y a los programas que defienden el(los) equipo(s) al (a los) que son afines.

En lo que respecta a la ciudad de Cartagena la historia radial deportiva está marcada por programas que desarrollaban y desarrollan temáticas alrededor del deporte aficionado tales como el beisbol, el boxeo y otras prácticas recreativas como las corridas de toros y peleas de gallos cuyas actividades en otras épocas concentraban en su mayoría la atención del público local.

Dentro del ámbito de interés de la presente investigación resulta muy importante el programa Entretiempo, de la UDeC Radio, el cual se considera actualmente el primer y único programa deportivo en Frecuencia Modulada de la ciudad de Cartagena, el cual se emite por los 99.5 FM. Este es realizado por jóvenes estudiantes y egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, que en sus cinco temporadas han logrado ganarse un espacio entre la audiencia deportiva de la ciudad, y el reconocimiento de los colegas.

La experiencia de este programa efectivamente será la que guíe el propósito de este estudio, el cual corresponde a diseñar un magazine radial que narre los eventos y actividades más destacadas del deporte aficionado y profesional en la ciudad de Cartagena, a partir de un diagnóstico de la estructura del programa Entretiempo de la U de C Radio emitido y producido en la radio local.

Lo anterior se llevará a cabo mediante el diseño de una investigación descriptiva, con la que se identificará la organización temática y estructural del programa radial entretiempo, emitido en Cartagena a través del método cualitativo-exploratorio.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Descripción del problema

La *emisión* de las primeras transmisiones radiales es difícil adjudicarla al esfuerzo individual de una persona ya que fueron varios los ensayos radiofónicos en Europa y en Estado Unidos realizados a finales del siglo XIX e inicios del XX por diversos inventores europeos entre los más destacados Nikola Tesla, Guillermo Marconi y Alexander (Castillón, 2007).

En el caso colombiano, fueron los radioaficionados locales pertenecientes a la élite del país quienes acogieron la idea de emitir las primeras señales internacionales de onda corta. El inicio de la radio en Colombia fue difuso, obedeciendo a criterios que variaban de un propietario a otro, cuyos programas tenían un estilo y duración indefinida; los criterios de la programación, en especial, atendían a la información de noticias, reportes, charlas y programas de variedades bajo la influencia del modelo radiofónico estadounidense. El 7 de agosto de 1929, bajo el gobierno de Miguel Abadía Méndez, que se constituyó formalmente la organización de la Radiodifusora Nacional, la primera emisora de interés público del estado.

Después de 1934, el objetivo de la radio cambió de rumbo. Se empezó a hacer un esfuerzo para organizar este medio de una manera profesional. Sus propietarios pierden el control de la programación a partir del crecimiento radial en base al alquiler de los espacios y pago de la pauta publicitaria que pasa a manos del gobierno que desarrolla iniciativas de programas de corte popular (Merayo, 2007).

En la década del 50, con la profesionalización del deporte colombiano, la radio como medio de comunicación se interesó por el gusto del aficionado en estas actividades, convirtiéndose las transmisiones de fútbol y ciclismo en uno de los principales focos de información y debate tratados por este medio. Lo que conllevó a la creación de los primeros programas deportivos en el país de la mano de periodistas como Jimmy García, Mike Forero Nogues, Andrés Salcedo, Carlos Arturo Rueda, entre otros.

Prada (1968) en el libro *Historia del Periodismo Colombiano* expone que “el periodismo colombiano, ha estado ligado a hechos políticos, pues siempre sirvió como camino de expresión

de quienes se encargaban del quehacer político, aunque también ha prestado su espacio a los ciudadanos del común que buscan ser oídos.”

Morales (2010) plantea en su investigación que “la influencia de los medios de comunicación en el boxeo, beisbol y fútbol colombiano ha existido desde su origen, en diferentes contextos históricos, siendo protagonistas de situaciones históricas dentro del marco de la idiosincrasia colombiana.”

El periodismo deportivo en Colombia guarda similitud al del resto de Latinoamérica en sus virtudes y defectos, al generar muchas discusiones en el público debido a que éste no se inclina por un periodista en especial sino que escucha varios puntos de vista esté de acuerdo o no. Resalta un defecto impera el regionalismo, por lo cual el periodista pierde la objetividad tratando de defender al equipo de su tierra. Las cadenas radiales más importantes en deportes son RCN radio y Caracol radio (Rodríguez, 2008).

En ese contexto a nivel de la costa se da el inicio a las transmisiones radiales de deportes como el boxeo y el beisbol de amplio arraigo en el gusto del aficionado costeño a partir de la década del 60 y 70 como el caso del periodista Marcos Pérez Caicedo con su programa, *La Voz de la Patria*, de 1962 en Barranquilla, Fabio Poveda Marques con su programa deportivo ‘Deporte Espectacular’.

Para el caso de Cartagena el pionero del periodismo local fue Melanio Porto Ariza con su programa *Aquí los Deportes*, de Caracol, cuyo programa originariamente desarrollaba los temas alrededor del deporte aficionado tales como el beisbol, el boxeo y otras prácticas recreativas como las corridas de toros y peleas de gallos cuyas actividades en esa época concentraban en su mayoría la atención del público local. Más adelante empieza la cobertura del deporte profesional y surge la oferta de más programas y la aparición periodistas deportivos especializados como Eugenio Baena con *Buenos Días Deporte* a partir de 1980, otros periodistas deportivos destacados dentro de esta nueva tendencia en la ciudad son Pedro Valdez Valdez y Luis Alberto Payares Villa.

Por todo lo anterior se concluye que para asumir la problemática de esta investigación es necesario apuntar a tres aspectos relevantes que son sus hilos conductores: la radio, la historia del periodismo

deportivo en Colombia y el periodismo deportivo narrado a través de la radio desde la voz Cartagenera y para Cartagena.

2.2 Formulación del problema

¿Cómo elaborar la propuesta de un magazine deportivo en Cartagena, tomando como referente el diagnóstico de la estructura del programa ENTRETIEMPO de la radio de la ciudad?

3. JUSTIFICACIÓN

Al realizar un recuento arbitrario y general vemos que una de las temáticas de mayor interés en el mundo de la información por los diversos tipos de audiencia que aglutina es el futbol, representada por muchos aficionados quienes lo entienden, lo escuchan, lo observan y es importante ver el seguimiento de cerca que hacen de él y como es tema de dialogo en su vida diaria; con lo que este deporte logra conservar su perfil de actualidad.

Por su propiedad actual y su capacidad de atraer multitudes, el encanto de este deporte exige ser tema de investigación. Desde su condición y simpatía motiva llegar a puertas del periodismo deportivo, de manera especial al desarrollo de los programas deportivos como foco de esta investigación.

Si bien es cierto por lo anterior el futbol es un foco de temática investigativa, no pretendo centrarme solo en él sería caer en una investigación más alrededor de este deporte. Dentro de las diversas disciplinas deportivas el futbol profesional goza de una amplia cobertura y demanda narrativa, no se pretende restarle importancia, pero si brindarle un espacio de protagonismo a los demás deportes de corte profesional y aficionado, en la ciudad de Cartagena, es de allí necesario que la idea central de este proyecto busque contar las actividades deportivas de mayor interés en la localidad.

Al emitir las eventualidades deportivas más significativas de la ciudad a través de la radio, se planea la narración desde este medio a nivel local, reconociendo los atributos que evidencian principalmente su carácter alternativo, funcional y recursivo en la parte técnica.

Con la exposición de lo anterior se evidencia un interés particular para llevar a cabo este estudio pero a la vez se considera pertinente estructurar un programa radial tipo magazine, que cuente los eventos deportivos de Cartagena por las siguientes razones:

- Aún con la divulgación de la que goza el periodismo deportivo, este es un tema poco ahondado en su estudio y debido a que ha llegado a ser bastante sugestivo en nuestra actualidad, esta investigación busca aportar a los estudios sobre periodismo deportivo radial en la región del Caribe.

- Crear una propuesta de programa radial flexible y variado en su estructura como lo es un magazine deportivo lejos de la tradicional mesa redonda y debate que por lo general son las modalidades más usadas para narrar este tipo de periodismo a través de la radio. Por medio de la propuesta del magazine radial contar los eventos deportivos de Cartagena desde la voz cartagenera y para Cartagena es necesario para construir y mantener una identidad propia de la ciudad, que ayude a generar un sentido de pertenencia con nuestra idiosincrasia, incluso desde lo deportivo. Proponer representarnos desde nuestra voz y desde lo que somos y hacemos para pretender inmortalizar la cultura local desde lo oral, es una de los interrogantes de este proyecto.
- Encontrar y exponer referentes de comunicación que faciliten la narración de este tipo de propuestas radiales.
- Encontrar las estrategias comunicativas que captan la atención de la audiencia local hacia este tipo de programas.
- El desarrollo de esta temática se hace llamativo porque además constituye una fuente de apoyo para que los simpatizantes de la radio, del deporte local y estudiantes de comunicación encuentren un respaldo académico que sustente y aporte a sus necesidades o intereses sobre esta temática contribuyendo con líneas de investigación vigentes en el grupo de investigación correspondiente, en el marco del programa de comunicación social de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

A partir de este trabajo académico no se busca responder a un interrogante concreto, si no analizar la oferta de programación deportiva existente en la ciudad de Cartagena y de ahí crear una propuesta radial trazando estrategias comunicativas dirigidas a satisfacer las expectativas y necesidades de un segmento social escogido, que se caracteriza como audiencia. Es así como ésta investigación busca encontrar la conexión comunicativa entre la radio deportiva local, sus más importantes representantes y los oyentes.

4. OBJETIVOS

4.1 General

Diseñar un magazine radial que narre los eventos y actividades más destacadas del deporte aficionado y profesional en la ciudad de Cartagena, a partir de un diagnóstico de la estructura del programa Entretiempo de la U de C Radio emitido y producido en la radio local.

4.2 Específicos

- Describir el programa radial Entretiempo de la U de C Radio, en función de los géneros característicos, formatos, periodistas y contenidos temáticos.
- Analizar los elementos comunicativos más relevantes del programa Entretiempo de la U de C Radio tales como sus presentadores, lenguaje, público objetivo, temáticas relevantes, entre otros.
- Presentar los elementos comunicativos que utiliza ENTRETIEMPO y rescatar aquellos que son determinantes para hacer viable este tipo de programas.
- Rescatar esas particularidades comunicativas dentro del diseño del magazine radial, de acuerdo a la experiencia del programa radial Entretiempo de la U de C Radio.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 Marco teórico

Es valioso tener en cuenta que la sustentación teórica de este proyecto se realiza desde la perspectiva del diagnóstico a los programas radiales deportivos, es decir que es el medio, su organización y el contenido los objetos de estudio relevantes de esta investigación.

5.1.1 Aproximación teórica a la radio

Es apropiado sustentar este estudio a partir de teóricos de la comunicación que brinden una conceptualización clara de Radio como medio de comunicación, por tal tenemos que los *medios funcionalistas*, señalan que para que el sistema funcione, se requiere que haya libre flujo de información e ideas, y que todos los sub-sectores estén informados sobre el equilibrio necesario en la sociedad. Una información es verdadera y racional, si contribuye al equilibrio y a una adaptación eficiente al ambiente del sistema social (como en un sistema cibernético). En consecuencia, se debe conocer bien la institución de los medios (por ejemplo, cómo se producen, se transmiten y se controlan los mensajes).

5.1.1.1 Funciones de los medios

El funcionalismo dice que explica las instituciones en términos de las ‘necesidades’ de la sociedad y de los individuos (Merton, 1957). Cuando se aplica a la institución de los medios, las presuntas ‘necesidades’ tienen que ver principalmente con las siguientes cinco funciones. Harold Lasswell (1902-1978) en 1948 señaló que corresponden a las siguientes:

- Informar para facilitar el progreso

Los medios distribuyen información en un sistema que se auto adapta; ellos son auto-correctivos y con dirección propia; por lo tanto no hace falta que el gobierno los controle, pero conviene que los comunicadores sean profesionales (Johnston, Tunstall, Elliott). También ejercen la función de vigilar sobre el ambiente. (cfr. Sorice, 2005:41). Los medios masivos deben informar para la toma de decisiones colectivas y para el descubrimiento crítico de problemas, especialmente de aquellos

originados por las concentraciones de poder, y que impedirían el proceso de respuesta a los cambios internos y externos.

- Interpretar de los acontecimientos

Para facilitar la integración y socialización. Los medios también servirían de mediación entre los componentes sociales (cfr. Sorice 2005: 41)

- Entretener

Wright (1960), Paul F. Lazarsfeld (1901-1976), Robert K. Merton (1957) y Mendelshon (1966) la incluyen también para reducir tensión, sobrellevar los inconvenientes de la vida y evitar que las sociedades se vengán abajo. Ésta es parte de la transmisión de cultura, pero añade la función del descanso (Mendelsohn, 1966).

- Transmitir la herencia cultural

Expresando la cultura dominante y reconociendo la existencia de las subculturas. Así se garantiza la continuidad.

5.1.1.2 Naturaleza de la radio

Desde la perspectiva de medio de comunicación la radio es pensada como un canal de naturaleza masiva para la transmisión (difusión) de contenidos en los que se persiguen ciertos objetivos. Esta propuesta se corresponde con una concepción instrumental de la comunicación, de sesgo informacional o transmisor cuyas fuentes teóricas son bien conocidas por todos.

- El modelo canónico del proceso comunicacional

Inspirado en el propuesto por Shannon y Weaver (década del 40) desde la teoría matemática de la información:



Shannon y Weaver presentaron el modelo de 'transmisión'. El proceso comienza con una fuente que elige un mensaje, el cual es transmitido en forma de señal, por un canal de comunicación, a un receptor, que transforma la señal de nuevo en un mensaje para un destino. (McQuail 2000: 46).

- Los modelos psicológicos y sociológicos de la acción de corte conductista.



- Los modelos lingüísticos y semánticos positivistas (Jakobson)

Que postulan la capacidad comunicativa de la lengua y los códigos en general a partir de su condición de instrumentos a través de los cuales los sujetos realizan operaciones de codificación y decodificación sin más restricciones que las que se derivan del correcto o adecuado manejo de tales herramientas.

Concebida a partir de esos supuestos teóricos la radio es definida por Mata, C (1993) como:

- Un canal tecnológico que requiere y admite el uso de unos determinados códigos y no admite otros.
- Un conjunto de mensajes (contenidos organizados según géneros y formatos específicos) elaborados por unos ciertos emisores con la intención de producir determinados efectos en los oyentes.
- Una institución social (económica/cultural) sujeta a leyes, regulaciones, normas y a cambios históricos dados básicamente por transformaciones en sus aspectos sociológicos, jurídicos (quienes la manejan o controlan) y en sus mensajes.

La misma concepción anima y aparece tanto en propuestas radiofónicas comerciales o difusionistas y educativas. Sea que se persiga el éxito económico o el cambio de actitudes, la radio

es canal a través del cual unos estímulos (mensajes que buscan provocar un determinado efecto) impactaran o no en la audiencia (serán escuchados o no, gustados, atendidos) es decir lograrán o no su cometido. Mata, C

Según McLuhan el público es quien legitima a la radio. Es así la radio un medio de comunicación de formas expresivas que condicionan su estructura y la naturaleza de sus mensajes, dentro de un proceso continuo de cambio al inclinarse a las dinámicas determinadas por los gustos naturalmente oscilantes de la audiencia.

5.1.2 Aproximación teórica al mensaje

Los mensajes están formados por signos que han sido combinados de acuerdo a un código socialmente establecido, sin embargo, se ha encontrado que los signos poseen un significado denotativo y otro connotativo. Así mismo el mensaje tiene un significado manifiesto y uno latente, como lo describe Schramm:

“Aunque parezca simple, un mensaje es una cosa muy complicada. No solamente sus signos tienen significados diferentes para diferentes personas, también tiene dos clases diferentes de significados. Uno de éstos es el significado denotativo: el significado común o de diccionario, que será aproximadamente el mismo para todas las personas... El otro es el connotativo: el significado emocional o evaluativo. Esto varía notablemente entre los individuos y aún con el tiempo para un mismo individuo”.

Así mismo el autor comenta que un mensaje tiene un significado superficial o manifiesto y uno latente. Otra característica del mensaje es que habitualmente comprende varios mensajes paralelos (J. A. Paoli, 1979, 69).

Los mensajes que un receptor recibe, no solamente lo recibe por un solo canal, sino que paralelamente recibe otros estímulos que lo acompañan y que le permiten decodificar mejor la información. Un aspecto muy importante para el receptor es determinar quién emitió el mensaje, es decir, quién es el emisor:

“El efecto de un mensaje depende de más de un solo canal; en realidad de muchos canales y claves que vemos o escuchamos simultáneamente. Y con cada mensaje viene una clave

especialmente importante: el conocimiento de quien lo dijo, lo que nos ayudará a determinar si es de aceptar y si actuará en consecuencia” Paoli, J. A. (1979).

El lenguaje se constituye en el espacio de redes sociales como el mediador de las significaciones con que el ser humano crea y recrea la realidad. A través de él no sólo se comunican los conocimientos que se van elaborando del medio, sino que se expresan valoraciones, visiones del mundo y las transformaciones de la sociedad.

5.1.3 Aproximación teórica a programación

Buenaventura (1990) define que por programación se entiende “el conjunto finito de textos escogidos y combinados que se ofrecen a las audiencias por un medio electrónico de comunicación, en nuestro caso la radio. Conjunto que posee unas lógicas discernibles y que se somete a ritmos temporales determinados. Tanto esas lógicas como esos ritmos evidencian visiones culturales particulares que circulan en una formación social dada”.

Para Mata y Scarafia (1993) “La *programación es una estructura* porque, además de ser una secuencia de espacios, es un *sistema* en el cual los *diferentes elementos* que lo componen guardan entre sí relaciones de interdependencia y se articulan alrededor de algún eje que les da coherencia.”

Por su parte Cebriam, M (1995) La programación se refiere a unos contenidos, a unos mensajes. Es lo que determina la oferta de cada emisora. Es por lo que conoce a la emisora. Tales contenidos necesitan una sistematización y organización conforme a criterios de armonía y coherencia según la identidad y los objetivos de la emisora. Los contenidos requieren también una selección, dosificación y ordenación tanto para una emisora de programación generalista como otra especializada en determinados temas.

5.1.3.1 Programación radiofónica

Por consiguiente la programación radiofónica, se concibe como la planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia mediante unos contenidos sistematizados y organizados en un conjunto armónico según unos criterios de selección, dosificación, y ordenación elaborados según una duración y unos horarios, condicionados por los recursos técnicos humanos y económicos. Cebrián, M (1995).

5.1.4 Aproximación teórica a narrativas mediáticas

Comprendiendo el análisis que se realizará de los programas radiales deportivos es acertado desglosar en su estructura las partes más significativas correspondientes a las formas de contar los acontecimientos de la vida diaria. Es necesario así apropiarse y hacer un balance de los argumentos descritos por ciertos autores alrededor del concepto de narratividad en los medios de comunicación.

Con relación a lo anterior se precisa de este concepto la siguiente definición:

“La narración es una de las formas de construcción de la identidad. (...). (La narrativa) es un conjunto de narraciones que se inserta en esa narración global que llamamos historia. En cada momento, la sociedad se está narrando a sí misma. En cada momento histórico, la sociedad parece privilegiar a determinados narradores, ya sean los políticos, los economistas, los artistas, los filósofos o los obispos; presenta un punto de vista desde el que ser narrada (el social, el económico, el estético, el religioso o el de la prensa del corazón), y en cada momento, esa narración ofrece sus héroes o protagonistas, sus materiales narrativos y hasta los soportes narrativos a través de los cuales la narración se hace pública. El resultado es una narración dinámica pero reconocible” (Bértolo, 1998)

Dentro de la normatividad en los medios de comunicación concluimos que la narrativas mediáticas son aquellos relatos que plasman las narraciones de los acontecimientos entrelazados a la realidad de la vida, cuyo propósito es establecer una relación en el conocimiento social, Según Eco (1996) *a través de dispositivos de comprensión social* (Eco, 1996) con los que interactúan las personas contribuyendo de esta manera a la formación de su cultura.

A partir del libro *Narrativas Mediáticas* de Omar Rincón se sintetiza que en el ámbito radial, la narrativa atiende a las formas de contenido de la este medio, que están necesariamente en constante cambio obedeciendo al gusto diversificado de la audiencia con la intención de producir lazos afectivos de carácter comunicativo, contando y a las vez teniendo las voces (Rottman & Bermúdez, 2000)

5.2 Estado del arte

Se han realizado hasta la actualidad una serie de investigaciones sobre la radio y el periodismo deportivo, que pueden servir de soporte para esta tesis de grado, es por esto que resulta pertinente traerlos como referentes, estudios llevados en el contexto nacional e internacional, que sustentan teóricamente este proyecto y que permiten identificar tópicos relevantes, los cuales serán de utilidad para guiar de manera consecuente la estructura que se quiere desarrollar.

Las temáticas y conceptos que se abordaran para llevar a cabo este trabajo de tesis son: periodismo deportivo en Colombia, el periodismo deportivo en la radio y su influencia en las audiencias.

5.2.1 Estudios en el ámbito internacional

5.2.1.1 Análisis y estructura de la programación radial

El concepto de programación radial que será guía de este proyecto se apoyará en el argumento de Mariano Cebrián Herreros, que la determina como la planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia mediante unos contenidos sistematizados y organizados en un conjunto armónico según unos criterios de selección, dosificación y ordenación, elaborados según una duración y unos horarios, condicionados por los recursos técnicos, humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos durante un tiempo.

Toda programación requiere una planificación a corto, medio y largo plazo de lo que se desea transmitir. Es una previsión de producciones propias o ajenas y de exhibiciones en unos días y horarios determinados. La planificación no quiere decir que en el momento de su realización se cumpla tajantemente tal como estaba diseñada. Pueden haberse introducido variantes o incluirse cambios de última hora entre otras razones por la lucha de mercado generada por la presencia de otras ofertas competitivas. Cebrián, M (1994). En su estudio, *La Estructura Actual De Las Retransmisiones Futbolísticas En Los Programas De Radio En España*, Pacheco Barrio (2009) expone lo siguiente:

“Todas las cadenas mantienen conexiones, de manera más o menos habitual, con los locutores que se encuentran en los diferentes estadios. Del mismo modo, la totalidad de los programas de retransmisiones deportivas incluyen lo que se denomina ronda de

marcadores, cada quince minutos aproximadamente conectan con los estadios para saber el minuto de juego y el resultado del partido en cuestión. A partir de estos elementos que suponen una estructura común para los programas de los fines de semana sobre el fútbol, surgen una serie de variaciones para diferenciarse de los demás.

La estructura de los programas de radio, tanto de deportes como de información general, es muy similar. Los programas estrella de las cadenas de radio, que se emiten cada mañana de 6 a 12h., están perfectamente definidos; de 6 a 10, información con repaso de noticias y tertulias, de 10 a 12 entretenimientos con contenidos diversos. A partir de este esquema, cada director del programa incluirá una serie de aspectos diferenciadores en función de sus características, de los colaboradores que tenga, etc. (...) Partiendo del esquema básico, cada programa de retransmisiones deportivas incluye una serie de diferencias. En primer lugar, cabe destacar a los narradores como elemento diferenciador, tanto en la forma de narrar, cantar los goles, junto con el ritmo y la melodía de cada uno. Del mismo modo que un futbolista celebra el gol de una manera determinada (dando volteretas, besándose el dedo, señalando al cielo, etc.), el narrador radiofónico también tiene su estilo propio de contar los goles como se ha indicado en este estudio”

Por consiguiente estas investigaciones ayudan a determinar que es necesario conocer los contenidos de los programas radiales locales de temática especializada deportiva, la realización de su producción su relación desde la radio teniendo en cuenta la preferencia de la audiencia por este tipo de programas.

Desde ese análisis se establece que al momento de pensar en la realización de un programa radial deportivo en Cartagena, es necesario conocer el panorama general nacional y local de la radio y su relación con los deportes, teniendo en cuenta el tipo de audiencias de estos programas, las características que deben tener estos espacios, y la segmentación de acuerdo a los diferentes deportes y su popularidad entre la audiencia; encontrando así, posibles nichos de mercado, conociendo de antemano el comportamiento de la audiencia frente a este tipo de espacios, y las características fundamentales a tener en cuenta en la realización de programas radiales de tipo deportivo.

2.1.1 Estudios en el ámbito nacional

5.2.1.2 Periodismo deportivo en Colombia

Según el estudio a señalar a continuación veremos como en los últimos años el periodismo deportivo a nivel nacional se ha convertido posiblemente, en el más atractivo de cuantos forman el espectro de la información periodística especializada. Es por ello que el estudio de Rodríguez nos ayuda a precisar dentro el caso de Cartagena en la creación de un magazine radial deportivo como el periodismo deportivo debe tener dentro de sus objetivos el fin de servir con profesionalismo y honestidad a los intereses de la localidad defendiendo y resaltando su cultura y que sus gestores (periodistas y directores) deben buscar en todo momento mostrar a la audiencia calidad apartándose de la idea de vender con discursos sin argumentos y poco objetivos, algo que no va a servir de nada al público, evitar presiones del exterior para que el mensaje objetivo llegue claro a los receptores.

IMAGEN DEL PERIODISTA DEPORTIVO RADIAL EN COLOMBIA (2008)

“El periodismo colombiano, ha estado ligado a hechos políticos, pues siempre ha servido como camino de expresión de quienes se encargan del hacer político, aunque también ha prestado su espacio a los ciudadanos del común que buscan ser oído”¹.

El estudio de Jhony Alexander Rodríguez González con el apoyo de la Pontificia Universidad Javeriana postula que el periodismo “en la actualidad, es dueño de un inmenso poder que cuando ha sido manejado con ética, responsabilidad y objetividad, ha tenido repercusiones positivas en la sociedad y en el acontecer del país, pero que cuando se ha dejado manipular por intereses circunstanciales de tipo político o económico, ha tenido gran responsabilidad en la prolongación o en el empeoramiento de las crisis que han ilustrado la historia contemporánea de Colombia.

El periodismo deportivo, desde que se tomó la radio y más tarde la televisión, ha sido uno de los principales apoyos en la construcción de identidad de país. En el caso de los deportistas, una vez pasados por el filtro de los medios de comunicación, pueden adquirir dimensiones gloriosas de diversas situaciones. Son nuestros embajadores, son los que mejoran nuestra imagen, son quienes mejor representan las virtudes del pueblo colombiano.

¹ Cacia Prada, Antonio, Historia del periodismo colombiano, Bogotá, 1968.

Es por eso que el ámbito del deporte refleja como pocos el continuo caminar de los colombianos entre la euforia y la depresión, entre la desesperanza y los sueños, el constante intercambio de sensaciones de nación, que enorgullecen o avergüenzan según sea la situación”.

De esta forma al momento de diseñar un programa radial deportivo es fundamental tener en cuenta la capacidad de brindar información actualizada sustentada en un bagaje intelectual amplio del periodista quien puede llegar a gozar de la credibilidad y respeto de sus oyentes mostrándose como un informador respetable y provocando mayor interés y aceptación del programa emitido.

- El periodismo deportivo en la radio y su influencia en las audiencias.

LA INFLUENCIA DEL DISCURSO DEL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS AFICIONADOS AL FUTBOL (2010).

En la investigación de Diego Morales se hace evidente el lenguaje radiofónico como elemento clave a la hora de acercarnos al público y que organizado y usado de manera estratégica dentro del proceso creativo de un programa radial este favorece el envío de mensajes puntuales a las audiencias permitiendo a estas actuar o crear conceptos a favor o en contra alrededor de un tema, equipo o figura deportiva en especial.

Investigación realizada por Diego Mauricio Morales Ojeda con el apoyo de la Universidad Sergio Arboleda, plantea que, la radio es el medio de comunicación por el cual los aficionados al fútbol en Colombia se informan cuando asisten al estadio a ver un partido de fútbol, por lo que es muy importante el análisis del lenguaje que se emplea en esas emisiones, ya que durante noventa minutos (tiempo que dura un partido de fútbol) los aficionados están viviendo emociones fuertes, teniendo sensaciones gracias a su fanatismo, producto de un previo seguimiento de los medios de información.

Armand Balsebre define el lenguaje radiofónico como el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico- expresivos de la reproducción sonora e imaginativo – visual de los radioyentes.

Para Emile Durkeim (1898) la conciencia colectiva se trasciende a los individuos como una fuerza coactiva y que puede ser visualizada en mitos, religiones o en nuestro caso en transformaciones de conceptos que a través del lenguaje radiofónico se instalan en los radioyentes.

Desde el concepto de lenguaje radiofónico de Balsebre se resaltan los recursos técnicos expresivos como todas esas palabras que dentro de lo semántico tienen gran valor y que determinan en los oyentes, juicios de valor que no siempre son justos. Este tipo de recursos crean en el ser humano una influencia directa que crea comportamientos en cada persona de diferente intensidad.

Por otro lado dentro de la fuerza coactiva de la que habla Durkeim se traduce en aquellos recursos técnicos utilizados en el lenguaje radiofónico que quedan instalados en la conciencia colectiva de los radioyentes.

Los recursos técnicos dentro del lenguaje radiofónico y su influencia en la audiencia crean conceptos que se generalizan de forma casi inmediata, creando una representación colectiva la cual es la que ejerce presión sobre el juego y los protagonistas de éste.

En referencia a la investigación reseñada sobre los valores agregados de la radio y la conexión que establece entre los radioescuchas y la información, se resalta la fuerza mediática de la radio y es por tanto que se elige a este medio de comunicación como el indicado para un intento en la convocatoria del público cartagenero hacia la información deportiva y con la pretensión de una acogida favorable hacia un magazine radial. Teniendo como objetivo el descubrir, percibir y dialogar el deporte local desde una mirada de lo que representamos como cultura cartagenera y resaltar nuestra identidad desde lo deportivo.

El estudio de Morales es una guía que nos ayuda a buscar, seleccionar, valorar y elaborar información eficaz al momento de estudiar y diseñar un programa radial deportivo, colabora en la búsqueda de las condiciones básicas oportunas, para convertir en voz y sonidos que identifiquen a la audiencia con los hechos informativos, como aquellos elementos de creatividad, para integrar en un solo acto comunicativo todos los elementos expresivos de la técnica radiofónica.

5.3 Marco conceptual

Comunicación: Existen diversas definiciones de comunicación, según John Fiske (1982) la define como una "interacción social por medio de mensajes", le interesan la codificación y decodificación que hacen los emisores y los receptores, y como los transmisores usan los canales y los medios de comunicación; se preocupa por la eficiencia y la exactitud de la comunicación, y cree que ésta es un proceso por el cual una persona influye en el comportamiento en otra.

Cultura: Kuper A (1999) la cultura es esencialmente una cuestión de ideas y valores, un molde mental colectivo. Las ideas y valores, la cosmología, la moralidad y la estética se expresan mediante y, consecuentemente, si el medio es el mensaje se puede describir la cultura como un sistema simbólico.

Deporte: El sociólogo norteamericano Jhon W. Loyd, lo define como un juego institucionalizado característico de un modelo cultural y de una estructura social que se ha consolidado en la sociedad contemporánea, cuyos elementos incluyen valores, normas, sanciones, conocimientos y posiciones sociales (roles y estatus). El deporte constituye así una de las manifestaciones más genuinas del sistema social imperante, cuya función reside en su capacidad para integrar en él a multitud de personas que se socializan a través de su práctica.

Espacio Público: Monzón (1997) propone que el espacio público se mostraría, en este caso, como aquel referente formado por conjuntos temáticos capaces de captar la admiración y la atención de la población, aquello que se presenta para ser contemplado por todos los miembros de una sociedad y/o aquello que puede ser percibido y creído como común y público y que la gente al contemplarse en ello como un espejo o marco de referencia, pueda dar una respuesta colectiva.

Formato Radiofónico: Kaplum, M (1999) señala que los formatos son relativos. No siempre se dan ni deben darse químicamente puros. En manos de un libretista creativo pueden dar lugar a combinaciones múltiples, difíciles de enmarcar en ninguna clasificación, pero no por ello menos válidos.

Género radiofónico: Para Merayo (2000) se concibe como los modos de armonizar los distintos elementos del lenguaje radiofónico de manera que la estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica. Es un

proceso constructivo múltiple, en cuanto implica numerosos factores; histórico, en cuanto se actualiza en obras concretas; y normativo, en cuando responde a un principio de orden. Martínez y Costa (1989)

Con base en los conceptos desarrollados en los puntos precedentes, elaboramos la siguiente tabla de géneros:

1. Informativo
2. Interpretativo y de opinión
3. Recreativo o de Entretenimiento.

Siendo cada uno de ellos una categoría colectiva que contiene una variedad de estructuras de producción o “formatos”. También se categorizan dependiendo de las formas de presentación, teniendo en cuenta las voces que participan en ellos se definen como monologados y dialogados, monologados aquellos programas a una sola voz o más voces pero esas voces no se relacionan y dialogados cuando en ellos intervienen dos o más voces q se interrelacionan entre ellas.

Magazine: Cebrián, M (1994) Este constituye una modalidad de programa en el que se combinan la información y la opinión con el entretenimiento y el espectáculo.

Mensaje radiofónico: Cebrián, M (1994) La radio transmite su mensaje en forma de sonido. Según Mariano Cebrián, catedrático de periodismo, "la técnica es tan determinante que se incorpora a la expresión como un sistema signficante más". El mensaje radiofónico se produce gracias a una mediación técnica y humana, que expresa un contexto narrativo acústico. Según Vicente Mateos, "el mensaje radiofónico debe cumplir unos principios comunicativos para que llegue con total eficacia al oyente", tales como: Audibilidad de los sonidos, comprensión de los contenidos y contextualización.

Periodismo deportivo: Actividad que consiste en la consecución, elaboración y difusión de la información que tiene que ver con las disciplinas del deporte en general.

Programa: Ortiz y Volpin (1995) Exposición de las partes de que se han de componer ciertos actos o espectáculos o de las condiciones que han de desarrollarse. Conjunto de actuaciones o

transmisiones, producciones o audiciones radiofónicas o video fónicas que se ofrecen al oyente, espectáculo en el conjunto de obras que abarca.

Programación: Buenaventura (1990) define que por programación se entiende “el conjunto finito de textos escogidos y combinados que se ofrecen a las audiencias por un medio electrónico de comunicación, en nuestro caso la radio. Conjunto que posee unas lógicas discernibles y que se somete a ritmos temporales determinados. Tanto esas lógicas como esos ritmos evidencian visiones culturales particulares que circulan en una formación social dada. La programación radiofónica puede definirse como el resultado final, agrupado y estructurado bajo criterios temporales de los programas –parrila- que propone una emisora a una audiencia.

Radio: La radio es solamente sonido no hay más información para el oyente que lo que éste es capaz de escuchar. EL SONIDO es nuestro único instrumento. A éste lo subdividimos en tres apartados básicos:

1. *Voz Humana*
2. *Música:* Es una secuencia organizada que se produce de forma tanto simultánea como consecutiva de sonidos modulados, ruidos y silencios, que atienden a la altura, duración, volumen y dinámica para producir afectos y/o significados.

Según Beltrán Moner está se clasifica en:

Música Objetiva: Es aquella que independientemente de nuestros sentimientos e ideas, es, por sí misma. Expone un hecho en concreto, donde solo se da lugar a una interpretación; y atiende claramente a género, época, estilo, etc.

Música Subjetiva: En la que se expresa y apoya a situaciones anímicas y crea un ambiente emocional que es difícil y hasta ridículo describir por medio de imágenes y/o palabras.

Música Descriptiva: En la que nos sitúa un espacio o en un ambiente concreto (época, país o región, naturaleza, interiores, etc.) y se suele concretar en una visión fría, desprovista de sentido anímico.

– **Sonido Ambiente** acompañamiento musical a nuestra voz. Ej: el ruido de la calle o la oficina.

Es una grabación, conexión o directo, el FONDO natural que, para su recreación se traduce en:

3. Efectos Sonoros: Efectos que sitúan acompañan la acción. Apuntemos aquí que es SONIDO/AMBIENTE lo puede conformar también tanto la MUSICA como la VOZ humana, utilizadas, en la recreación, a manera de EFECTOS.

Estos elementos entran en función por medio de los planos.

Silencio: Es la ausencia de cualquier sonido, sea éste palabra, música o ruido. El silencio posee la propiedad de valorar los sonidos procedentes y consecuentes de él. (Muñoz y Gil, 1983:31) Se usa con prudencia: nada más expresivo (y pocas cosas más aterradoras) que el silencio en la radio.

De la adecuada utilización de VOZ, AMBIENTES. MÚSICA, los PLANOS en que cada uno de ellos intervenga y el exacto papel de los SILENCIOS, dependerán los resultados.

Radio: Rottman Y Bernardez (2000) Es el medio por excelencia, tiene tanta o más imagen que un televisor, te informa mucho más que un diario. Por su parte McLuhan sostiene que la radio es un medio caliente, cuya legitimidad está en el público y cuya virtud está en conversar con y en la vida cotidiana.

Programación radial: Ortiz y Volpin (1995) Estructura que debe estar definida a partir de la previsión de los programas que serán emitidos por una emisora e un tiempo determinado.

Radio ciudadana: Villamayor y Lamas (1998) conceptualizan a las radios ciudadanas en el libro “Gestión de la radio Comunitaria y ciudadana” como espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia. Para estos autores las radios comunitarias y ciudadanas se definen como medios de comunicación que asumen un lugar en la construcción democrática en relación con los demás actores sociales. Se define así en la medida que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de derechos ciudadanos. La radio comunitaria y ciudadana es un ámbito para el ejercicio de la ciudadanía auto gestionada y autónoma, expresión de intereses colectivos político-culturales en el marco de un proyecto comunicacional, en el cual un grupo de personas hace uso de sus derechos a la comunicación y a la expresión.

Clases de emisoras en Colombia. El servicio de radiodifusión en Colombia se clasifica de acuerdo a la tecnología que utilizan y la orientación de la programación; la primera se refiere a la

radiodifusión A.M. (amplitud modulada) Y F.M. (frecuencia modulada) y las nuevas tecnologías. Mientras que la segunda obedece a la orientación de la programación, están pueden ser: comercial, de interés público y comunitario.

Las emisoras comerciales; son aquellas cuya programación del servicio está destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente y el servicio se presenta con ánimo de lucro. Son de carácter privado, cumplen una función meramente comercial y sus ingresos provienen fundamentalmente de la venta de pautas publicitarias, arrendamiento de espacios, entre otros.

Emisoras de interés público; La radiodifusión sonora de interés público tiene como propósito satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, en el área geográfica objeto de cubrimiento y tendrá como fines contribuir al fortalecimiento del patrimonio cultural y natural de la nación, difundir la cultura y la ciencia y fomentar la productividad del país, promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática, preservar la pluralidad, identidad e idiosincrasia nacional, servir de canal para la integración del pueblo colombiano y la generación de una sociedad mejor informada y educada, difundir los valores y símbolos patrios, contribuir a la defensa de la soberanía, de las instituciones democráticas, asegurar la convivencia pacífica y brindar apoyo en la prevención, atención y recuperación de emergencias y desastres.

Dentro de este tipo de emisoras está la siguiente sub clasificación: Emisoras de la fuerza pública, dentro de cuales se contempla la existencia de emisoras móviles, orientadas a apoyar las actividades de las Fuerzas Armadas. Emisoras territoriales, dirigidas a las alcaldías, gobernaciones y cabildos indígenas, emisoras educativas, asignadas a colegios e instituciones del nivel técnico de carácter público, emisoras educativas universitarias, emisoras para la atención y prevención de desastres.

Emisoras comunitarias: están pensadas desde su programación a satisfacer necesidades de una comunidad organizada, señalando que es un servicio público participativo y pluralista, la indotación, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que

conduzca al encuentro de diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad.²

Social: Edmond M y Picard (1992) se refiere frecuentemente al estudio de las variaciones que afectan las relaciones de un individuo (o conjunto de individuos) y un objeto; el “social” es entonces, una dimensión de los objetos de los estímulos clasificados en “sociales” y no “sociales”.

5.4 MARCO LEGAL

Para la propuesta del diseño y estructuración de un magazine radial de las actividades deportivas más destacadas en Cartagena, es necesario encontrar las disposiciones legales que sustenten el desarrollo conceptual y temático. Por lo cual se tomó como referente una de las leyes representativas de las transmisiones y contenidos de programas radiales en Colombia.

A pesar de ser muy clara la diferencia entre las emisoras por sus fines, la resolución 415 del 2010, en el título 1, del capítulo 1, de servicio de radiodifusión sonora, manifiesta entre otras cosas:

1. Independiente del carácter de la emisora esta debe hacer efectiva la responsabilidad social, Difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y fortalecer la democracia.
2. Garantizar el pluralismo en la difusión de información y opiniones, así como asegurar los derechos y garantías fundamentales de la persona.
3. Hacer efectiva la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a la veracidad e imparcialidad en la información, y la preeminencia del interés general sobre el particular.
4. Asegurar el respeto al pluralismo político, ideológico, religioso, étnico, social y cultural.
5. Promover el desarrollo político, económico, social y cultural de la población, y la formación de los individuos con sujeción a las finalidades del servicio.
6. Permitir la libre y leal competencia en la prestación del servicio.

² Disponible en Internet: <http://wsp.presidencia.gov.co/portal/Paginas/default.aspx>.

7. Asegurar el acceso equitativo y democrático en igualdad de condiciones a las concesiones del servicio y al uso del espectro radioeléctrico atribuido para su prestación.

8. Ejercer los derechos de rectificación y réplica.

9. Asegurar la libre expresión de las personas, con sujeción a las leyes y reglamentos sobre la materia.

10. Garantizar como derecho fundamental de la persona la intimidad individual y familiar contra toda intromisión en el ejercicio de la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora.³

Los anteriores artículos son ignorados o desconocidos por algunas emisoras -principalmente por las comerciales- que se escudan en su carácter para dejar al margen lo sentenciado en la resolución citada

Y por otro lado tenemos según la Ley 74 de 1966 es necesaria analizar la realización y transmisión de programas radiales en el país como un elemento más de divulgación y afianzamiento de la identidad cultural y social colombiana. Al respecto esta ley precisa lo siguiente:

Artículo 1.- La elaboración, transmisión y recepción de los programas de radiodifusión es libre con arreglo a las disposiciones de la presente ley.

Artículo 2.- Sin perjuicio de la libertad de información, los servicios de radiodifusión estarán básicamente orientados a difundir la cultura y a afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana.

En los programas radiales deberá hacerse buen uso del idioma castellano, y atenderse a los dictados universales del decoro y del buen gusto.

Artículo 3.- Por los servicios de radiodifusión no podrán hacerse transmisiones que atenten contra la Constitución y leyes de la República o la vida, honra y bienes de los ciudadanos.

³ Resolución 415 de 2010 (abril 13) diario oficial no. 47.685 de 19 de abril de 2010. [Consultado 09 de Marzo de 2013]. Disponible en Internet:
<http://www.flip.org.co/.../f86e64bb77c05d04a11d306c2d3a6271.docx>

Artículo 4.- Los servicios de radiodifusión son públicos y privados. Servicio público de radiodifusión es el que prestan el Estado o las entidades o establecimientos públicos.

Servicio privado de radiodifusión es el que prestan los particulares, mediante licencia concedida por el Ministerio de Comunicaciones.

En relación con este artículo, Sentencia del Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Segunda, de 30 de junio de 1992.

Artículo 5.- Por los servicios de radiodifusión podrán transmitirse programas culturales, docentes, recreativos, deportivos, informativos y periodísticos.

Se entiende por programas culturales aquellos en que prevalecen manifestaciones artísticas o científicas; docentes, los dedicados a la enseñanza colectiva; recreativos, los destinados al sano esparcimiento espiritual; deportivos, los orientados a informar y comentar sobre los eventos de esta naturaleza; informativos (radio noticieros), los que consisten en suministrar noticias sin comentarios; periodísticos (radio periódicos), los que utilizan modalidades de la prensa escrita como editoriales y comentarios de noticias o sucesos, con carácter ético o expositivo.

Los programas periodísticos sólo podrán transmitirse por los servicios privados de radiodifusión.

Artículo 6.- Por los servicios privados de radiodifusión podrán transmitirse conferencias o discursos de carácter político, previo aviso por escrito al Ministerio de Comunicaciones.

Artículo 7.- La transmisión de programas informativos o periodísticos por los servicios de radiodifusión, requieren licencia especial otorgada por el Ministerio de Comunicaciones, expedida en favor de su director, la cual será concedida, previo cumplimiento de los siguientes requisitos:

a) Registro de los nombres del programa y del director, ante la dirección de propiedad intelectual y prensa del Ministerio de Gobierno;

- b) Determinación de las características de la emisión, y del horario de la transmisión;
- c) Otorgamiento de caución para responder de las sanciones administrativas, o de las indemnizaciones civiles que puedan deducirse contra el director del programa por infracción a las disposiciones legales;
- d) Indicación de la estación de radiodifusión por donde será transmitido el programa;
- e) Prueba de que el director del programa es nacional, colombiano, ciudadano en ejercicio, y que presente el respectivo certificado de policía;
- f) Prueba de idoneidad profesional, que puede consistir en un título expedido por una entidad docente del periodismo, debidamente aprobada y reconocida por el gobierno colombiano, o en un título universitario aprobado por el Ministerio de Educación Nacional, o en una constancia de que se ha ejercido por lo menos durante tres años la profesión de periodista, constancia que podrán expedir los directores de periódicos, radio noticieros o radio periódicos o las organizaciones gremiales de periodistas legalmente constituidas.

La caución de que trata el ordinal c) de este artículo deberá ser bancaria, hipotecaria, prendaria o de una compañía de seguros, y se constituirá ante el Ministerio de Comunicaciones. Su cuantía se fijará teniendo en cuenta la categoría del área del servicio de la estación o estaciones de radiodifusión que transmiten el servicio, y no podrá exceder de veinte mil pesos (\$20.000,00), ni ser inferior a cinco mil pesos (\$5.000,00).

Artículo 8.- En los programas informativos o periodísticos deberán identificarse los autores de los conceptos o comentarios que se transmiten, sin perjuicio de conservar la reserva de las fuentes de información, cuando se trate de noticias propiamente dichas.

Igualmente, cuando se lean escritos publicados en otros medios de expresión, deberá indicarse claramente la fuente de donde proviene el texto reproducido.

Si no fuere posible identificar al autor de los conceptos, declaraciones o comentarios emitidos, o si dicho autor no puede responder por los perjuicios civiles y las multas impuestas

por la autoridad competente, la responsabilidad y sus efectos recaerán exclusivamente sobre el director del programa.

Artículo 9.- Los titulares de licencias para funcionamiento de servicios radiodifusión y los directores de programas informativos o periodísticos, están obligados a transmitir gratuitamente y sin comentarios, en la programación siguiente al recibo de la solicitud, las rectificaciones o aclaraciones a que dieron lugar las noticias, comentarios, conferencias o discursos transmitidos, y que las personas afectadas consideren injuriosos, calumniosos o inexactos. Tal transmisión deberá hacerse a la misma hora en que se transmitió la que dio lugar a la aclaración.

Según lo anterior se destacan las condiciones legales que hacen posible la emisión de información en la radio y la organización de los programas radiales existentes o por crear.

El foco de este proyecto está en aquellos programas radiales deportivos existentes dentro de nuestra radio local, con ello es necesario conocer las disposiciones que giran en torno a la regulación del medio radial y sus emisiones y así permitir la facilidad del análisis de dichos programas.

En la ley reseñada se presentan aspectos puntuales, como la libertad de información dentro de este medio y que se debe atender necesariamente un bien común. Para el caso de la propuesta del magazine vemos que es viable ya que su objetivo es ostentar las prácticas deportivas locales buscando con ello exponer y ampliar la perspectiva de nuestra cultura Cartagenera desde lo deportivo.

Es así como el dictamen de estas leyes ayuda a comprender la dinámica de la ejecución y emisión de los programas radiales deportivos emitidos en Cartagena. En este caso los programas analizados se encuentran dentro de emisoras ciudadanas en la radio comercial; se comprende en estas condiciones, según la ley anterior, que para llevarse a cabo estos programas radiales es necesario un permiso especial del ministerio de comunicaciones y una organización puntual que atiende a contenidos, horarios y al personal encargado de estos mismos. Se establece que el personal debe ser profesional y calificado para ser aprobados legalmente y puedan ejecutar estos programas.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 Tipo y diseño de la investigación

Para llevar a cabo esta investigación se utilizará un tipo de estudio descriptivo, que se identifica según el Manual de proyectos de la investigación (Valdés, 1996 p.34) porque “describe características de un conjunto de sujetos o áreas de interés”.

Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se medirá (que conceptos, variables, componentes, etc.) y sobre que o quienes se recolectaran los datos) personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos, etc. (Hernández, 2006 p. 102).

El enfoque descriptivo se aplicará en este caso para lograr balance descriptivo de las emisoras radiales en Cartagena y de la situación que presentan actualmente los distintos programas deportivos emitidos en éstas.

Por consiguiente se identificará la organización temática y estructural del programa radial Entretiempo emitido en Cartagena, a través del método cualitativo-exploratorio, pues está dirigida a tener un conocimiento general y/o aproximado de la realidad.

Empleamos este tipo de investigación para explorar el manejo que se le da a estos programas en la ciudad como instrumentos de circulación de los eventos deportivos locales más destacados y de interés general.

Así mismo, el estudio descriptivo será un gran apoyo para el proyecto, porque como dice Valdés “los hechos ocurren en el presente pero no pueden ser controlados por el investigador” por lo anterior se tiene en cuenta que la realidad no va hacer transgredida en la investigación, lo cual nos permite con más rapidez recopilar los datos que la población nos va proporcionando, y por medio de observaciones objetivas exactas, se logrará poner en manifiesto los referentes conceptuales y relaciones significativas de manera verídica.

También se hará un estudio exploratorio que de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2006) este ocurre cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. A falta de investigaciones similares sobre el diagnóstico de los programas radiales deportivos con emisión en la ciudad de Cartagena y con el hallazgo de pocos estudios realizados desde la perspectiva propuesta en este proyecto, vemos de tal manera que se está examinando una problemática con escasos antecedentes llegando a ser pionera en su temática y un camino tentativo para abordar con más profundidad dicho tema.

Mencionados enfoques se aplicarán a distintos miembros del grupo de trabajo como lo son productores, periodistas y directores que están dentro de la ejecución de los programas radiales a estudiar.

Esto para lograr una noción de aquellos aspectos que conforman la estructura en cuanto a géneros, formatos y contenidos de los programas radiales deportivos más destacados de Cartagena, posteriormente determinar los elementos comunicativos que serán modelo para la realización de la propuesta del magazine radial.

6.2 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

6.2.1 Técnicas

Para que este estudio se pueda realizar se han escogido las técnicas de recolección de datos cualitativas: Observación y entrevista semi estructurada.

Patton define los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. En este proyecto se contemplaran técnicas y procedimientos, particulares de una investigación cualitativa, desde la definición que brinda Hernández S (1997), en —metodología de la investigación, se presentan ciertas características básicas, que describen las particularidades de esta tesis.

La observación, Roberto Sampieri y colaboradores (2000) escriben que “la observación se fundamenta en la búsqueda del realismo y la interpretación del medio. Es decir, a través de ella se puede conocer más acerca del tema que se estudia basándose en situaciones, actos individuales o grupales como gestos, acciones y posturas, es eficaz herramienta de investigación social para juntar

información, si se orienta y enfoca a un objetivo específico” en cuanto al tipo de observación será participativa directa, es decir para poder llegar al contexto, en cada emisora a estudiar se deberá buscar y leer la parrilla de programación y con ello identificar los referentes característicos de ésta y de los contenidos de los programas a estudiar.

Esta técnica será complementada con las entrevistas, se harán las entrevistas Semi-Estructuradas: “aquella en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas. No se guían por un cuestionario o modelo rígido” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006). Este tipo de entrevista se empleara para lograr tener un dialogo más abierto con los programadores y demás colaboradores involucrados en el proceso creación de los programas deportivos en estudio , donde se dé la oportunidad hacer pregunta genéricas y según sus respuestas posiblemente conducen a la improvisación de preguntas abiertas, por así decirlo y según sean las reacciones que vayan tomando de momento los entrevistados, y que tanta sea su confiabilidad para darnos a conocer su visión sobre los cuestionamientos que se le harán de la situación actual de los programas deportivos radiales.

Por medio de la observación se hará una revisión donde se establecen las diferentes emisoras que hay en la radio de Cartagena, qué tipo de emisoras que contengan programas deportivos componen la radio local, así como también se detectarán cuáles de estas emisoras tienen programas deportivos que se ajusten a ser objeto de estudio de esta investigación.

Luego de la etapa de observación cuando se fijen los programas potenciales a estudiar, se utilizará un método de recolección de información basado en las entrevistas semi estructurada, por medio de las cuales se recopilaran datos tales como los nombres de programas deportivos, quienes realizan esos programas deportivos, identificar el equipo de trabajo que desarrollan estos programas sus directores, presentadores y demás periodistas, géneros, formatos y contenidos que componen estos programas, entre otros aspectos.

6.2.2 Instrumentos

Son los documentos soporte para registrar la información recolectada.

Se recogerán los datos utilizando instrumentos como: los cuestionarios abiertos que permitirán expresar las ideas de forma más espontánea y las grabaciones de las entrevistas individuales y

testimonios que posteriormente ayudarán a hacer observaciones detalladas de eventos particulares pertinentes a la investigación.

Formato de entrevista sobre la producción de programas deportivos en la radio

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistado(a) (nombre): _____

Introducción

Se hace una descripción del proyecto en general a los entrevistados (objetivos, partícipes, motivo por el cual fueron elegidos, utilización de los datos).

Características de la entrevista

Sinceridad, confidencialidad, tener presente el tiempo y las circunstancias de los hechos actuales

1. ¿Cómo nació el programa? Es decir, ¿qué motivos tuvieron, qué los incentivó?
2. ¿Cuáles características presenta el programa en cuanto la emisión?
3. ¿Privilegian algunos deportes?
4. ¿Por qué privilegian a ciertos deportes en las temáticas tratadas?
5. ¿Con que objetivo dan privilegio a estos deportes?
6. ¿Cuántas personas constituyen su equipo de trabajo?
7. ¿Cuántos periodistas hay en este programa que tareas atienden?
8. ¿Mediante que formatos y géneros radiofónicos vehiculan sus temáticas y contenidos?
9. ¿Por qué se inclinan por estos formatos y géneros?
10. De cuánto es la duración del programa.
11. Cuáles son las características del público al que va dirigido el programa.
12. ¿Por qué creen que son escasos los programas deportivos a nivel local?
13. ¿Considera viable la incursión de otro programa radial?

Entre otros posibles cuestionamientos relevantes que se manifestaran en el camino de realización de este proyecto y que posteriormente se plantearan dentro de esta entrevista.

Observaciones

Agradecimiento e insistir en la confidencialidad y la posibilidad de participaciones futuras.

6.3 Población y sujetos participantes del estudio.

6.3.1 Población

Productores de los programas radiales con temática deportiva producidos y emitidos en Cartagena.

6.3.2 Muestra

Para desarrollar la investigación es necesario tomar aquel o aquellos programas más significativos que ofrezcan suficiente información oportuna para recoger y arrojar buenos datos; por consiguiente se seleccionarán como sujetos participantes del estudio los programas de producción local transmitidos en la radio local.

El programa ENTRETIEMPOO que es el objeto a estudiar será clasificado según los formatos radiofónicos más desarrollados para programas con temática deportivas y la especialización que tengan a nivel periodístico, de la siguiente manera:

- En cuanto a formatos radiofónicos escogeremos:
 - Tipo Debate.
 - Tipo Mesa redonda.
 - Tipo Magazine.
- En cuanto a temáticas periodísticas:
 - Especializados en Fútbol Profesional.
 - Especializados en deporte aficionado.
 - Especializados en deporte profesional local.
 - Especializados en Deportes en General.

6.4 Alcance del estudio

Se espera obtener a través del análisis de las respuestas de los entrevistados, identificar de manera más clara y describir nociones concretas sobre los patrones característicos que manifiestan los programas deportivos producidos a nivel local, es decir establecer las narrativas y posibilidades de enunciación y los formatos de la adecuación de esa enunciación.

A su vez, a través del diagnóstico se espera llegar a la interpretación de estos referentes significativos al momento de la construcción de la agenda de contenidos de tales programas. Con todo ello plantear el diseño de un magazine radial que narre de manera práctica y llamativa el acontecer deportivo de la ciudad, buscando cautivar contundentemente las necesidades de la audiencia.

La finalidad de este estudio es identificar y entender los elementos comunicativos que comprenden los programas radiales deportivos hoy día en Cartagena y apoyado en ello emplear los elementos más distinguidos que garanticen la viabilidad de la propuesta de un magazine deportivo, donde se enfatice en las temáticas de mayor representatividad para el público con respecto al deporte profesional y aficionado de la ciudad.

Todas estas herramientas serán vitales a la hora de la creación de escenarios informativos, que harán de la propuesta del magazine o demás propuestas de programas similares un proceso más viable en el ejercicio de la comunicación.

6.5 Desarrollo de los objetivos

La descripción *del programa radial Entretiempo de la U de C Radio* será llevada a cabo mediante la caracterización de sus aspectos esenciales, tales como los géneros más relevantes, formatos, periodistas y contenidos temáticos. Para ello se empleará información de las entrevistas, así como aquella dispuesta en medios impresos que dan cuenta de la estructura del magazine.

El *análisis de los aspectos más relevantes del programa Entretiempo de la U de C Radio*, implicará considerar los elementos previamente descritos, interpretándolos y ubicándolos dentro de un contexto en el cual sirvan para nutrir la propuesta de un nuevo programa radial en la ciudad. Este

objetivo se desarrollará resaltando aspectos claves como la viabilidad de un nuevo magazine deportivo, público potencial, temáticas relevantes, entre otros.

El último objetivo se refiere al *diseño de un magazine radial*, el cual se desarrollará a partir del diagnóstico de la estructura del programa Entretiempo de la U de C Radio. En esta última parte del estudio se sientan las bases de lo que podría ser la puesta en escena de un nuevo programa radial deportivo; este objetivo se alimenta de los aspectos descritos en el primer objetivo, y en aquellos analizados, interpretados y resaltados, en el segundo.

7. PRESUPUESTO

ÍTEMS		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Equipos de cómputo e internet				\$ 1.840.000
	Computador	1	\$ 1.456.000	\$ 1.456.000
	Servicio de internet	3	\$ 70.000	\$ 210.000
	Impresora	1	\$ 174.000	\$ 174.000
Transporte y refrigerios				\$ 190.000
	Transporte	20	\$ 5.000	\$ 100.000
	Refrigerios	10	\$ 9.000	\$ 90.000
Impresiones y fotocopias				\$ 55.000
	Cartucho de tinta	1	\$ 25.000	\$ 25.000
	Fotocopias e impresiones	200	\$ 100	\$ 20.000
	Resma de papel	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Subtotal				\$ 2.085.000
Gastos inesperados (10%)				\$ 208.500
TOTAL				\$ 2.293.500

8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
1. Revisión de las parrillas de programación																
2. Desarrollo de entrevistas a los programadores.																
3. Análisis de resultados y elaboración de propuesta de magazine																
4. Organización y desarrollo de conclusiones																
5. Presentación de Tesis																

9. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados previamente presentados demostraron que Entretiempo representa el único programa deportivo en FM dirigido a los jóvenes de la ciudad de Cartagena, por tanto, y hasta el momento no tiene competencia radial directa, lo cual a su vez, constituye un factor que debe tenerse en cuenta a la hora de proponer e implementar un programa alternativo que intente satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de la población juvenil.

En este sentido, el programa que se diseñe debe poseer un formato que resulte atractivo para el público juvenil, por tanto hay que aprovechar y adoptar los elementos que se plantearon para Entretiempo, específicamente en lo concerniente al formato fresco y llamativo, en donde la información sea dinámica y haya abundante uso de música y elementos de actualidad. Este sería precisamente el trasfondo de la programación habitual, que naturalmente debería girar en torno al deporte (pues se trata de un programa deportivo).

Con respecto al equipo programador del magazine, se observó que su función se centra en proporcionar servicios diversos, respetuosos y poseedor de dinamismo a un público que junto con información deportiva y una programación música bien cuidada, satisface sus necesidades como oyentes. Así las cosas, el programa que se diseñe deberá ser capaz de centrar su interés en el mundo del espectáculo y el de la información —deportiva en este caso—, que propicie nuevas alternativas de servicio a la sociedad local y abra nuevos horizontes en el servicio al aire.

Partiendo de estas consideraciones, a la hora de considerar la viabilidad de un programa alternativo o por lo menos complementario, y que sea demasiado localista para los jóvenes es muy complicado, pues otros medios como internet, y en éste, las redes sociales, brindan un acceso rápido, fácil y masivo, donde se suelen priorizar las temáticas nacionales e internacionales.

A pesar de lo pesimista que podría resultar lo anterior, en la realidad se percibe que sí existe público que demande los contenidos de un programa local, por ejemplo, tal como es el caso de los seguidores del equipo de fútbol Real Cartagena. Los diálogos

En términos generales, con la información presentada y con las entrevistas realizadas se logró establecer que sí es viable otro programa, siempre que atienda a una propuesta distinta sin intentar emular o repetir lo que hacen los otros colegas, especialmente cuando es sabido que siempre han

existido programas radiales deportivos en Cartagena y personas que llevan muchos años haciendo radio pero con un estilo convencional diseñado para gente mayor; precisamente el hecho de tener un enfoque hacia los jóvenes radica el éxito de Entretiempo. Aunque los jóvenes sean la audiencia a la que se dirigiría el programa, podría pensarse que en la ciudad la audiencia podrían ser todos, es decir, cualquier público interesado en los contenidos; habría que plantear una buena y atractiva propuesta.

Otro aspecto que se extrapola a la viabilidad de un eventual programa radial alternativo, sería que ésta dependería de la capacidad de los creadores de no hacer un programa igual a los que ya existen. En este punto es necesario observar la experiencia de Entretiempo, en donde se llegó a ejercer una función polémica/crítica pero de manera breve; este programa lo que hace es informar, siendo la esencia que nunca ha perdido al programa. Además, todo depende de la idea de la persona que va a estar al frente del programa, depende según su gusto e ideología.

Por otro lado, dentro de este análisis se menciona que otro hecho que dificulta la creación de programas radiales de calidad, se refiere a que en la actualidad no hay filtros, ni hay exigencias a nivel académico en la producción, si no que cualquier persona puede pagar por su espacio sin importar su formación y hacer un programa deportivo; eso no es relevante, lo importante es que se pague puntual; ese tipo de exigencias académicas y de conocimiento han llevado a la radio cartagenera ‘a pique’ porque todo se concibe como un negocio y no en la calidad de lo que el oyente quiere escuchar. En cambio las grandes cadenas radiales como RCN y CARACOL, sí se preocupan por la calidad de radio que hacen.

Los resultados presentados con anterioridad y su análisis llevado a cabo en los párrafos previos, sirvieron para formular la propuesta de magazine que a continuación se plantea.

10. PROPUESTA DE MAGAZINE

ELEMENTOS DE LA PROPUESTA DEL PROGRAMA RADIAL “LA HEROICA DEPORTIVA”

Con el análisis de los resultados de las entrevistas y las opiniones de algunos miembros del equipo de Entretiempo, se obtuvo una idea del panorama en el que se inserta la radio deportiva en la ciudad de Cartagena, y por tanto, resultó posible formular una propuesta para la creación de un magazine radial, el cual presenta las características que se mencionan a continuación.

10.1 Nombre del programa

La Heroica Deportiva

10.2 Duración

1 hora.

10.3 Periodicidad

Sábados y Domingos

10.4 Hora de emisión

10 AM – 11 AM

10.5 Emisora:

Colectiva 101.6 *Comunidad Real al Aire*

10.5.1 LISTA DE LAS EMISORAS DE RADIO DE CARTAGENA DE INDIAS.

Frecuencia (KHz)	Nombre	Cadena	Estilo	Lema
88.5	Radio Tiempo	Organización Radial Olímpica	Pop latino, Balada	<i>Suena Fuerte</i>
89.5	La vallenata	caracol radio	vallenato	
90.5	<u>Olímpica</u> <u>Stereo</u>	Organización Radial Olímpica	Tropical	<i>¡Gózatela!</i>
91.1	<u>Señal</u> <u>Radionica</u>	<u>Señal</u> <u>Colombia</u> <u>Sistema de</u> <u>Medios</u> <u>Públicos</u>	Rock, Hip Hop	La verdadera alternativa
94.5	La Mega / La FM*	<u>RCN Radio</u>	<u>Reggaeton, Noticias</u>	<i>Porque la vida es La Mega / La FM, Nuestra Generación</i>
95.5	La Reina	Organización Radial Olímpica	<u>Vallenato</u>	<i>La emisora que más se oye</i>

Frecuencia (KHz)	Nombre	Cadena	Estilo	Lema
97.5	<u>Tropicana</u> estéreo	Caracol Radio	Reggaeton, Electrónica	<i>La mas bacana</i>
99.5	UDeC Radio	<u>Universidad de</u> <u>Cartagena</u>	Cultural, Musical	<i>Sonidos que integran</i>
100.5	Emisora Mi Pueblo	Independiente	Comunitaria	<i>Lo que quieres escuchar</i>
101.6	Colectiva Radio	Independient e	Alternativa	<i>Comunidad Real al Aire</i>
102.5	<u>Rumba</u> <u>Stereo</u>	<u>RCN Radio</u>	Crossover	<i>A Tu Ritmo</i>
106.0	Radio Policía Nacional	<u>Policía</u> <u>Nacional de</u> <u>Colombia</u>	Crossover	<i>En red con la Comunidad</i>
107.5	<u>W Radio</u>	<u>Caracol Radio</u>	Noticias	Mas Piel, Mas W

4

⁴ Disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Emisoras_de_radio_de_Cartagena_de_Indias

10.5.2 ¿En qué tipo de emisora?

Emisoras comunitarias: están pensadas desde su programación a satisfacer necesidades de una comunidad organizada, señalando que es un servicio público participativo y pluralista, la indotación, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzca al encuentro de diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad.⁵

10.5.3 ¿En qué emisora?

La emisora pensada para transmitir la propuesta de *La Heroica Deportiva*, es la emisora COLECTIVA dial en el 101.6 en la banda FM.

GENERO:

Cultural, Comunitaria

CADENA:

Independiente

CIUDAD DE TRANSMISIÓN:

Cartagena, BOL, CO.

PÁGINA WEB:

n/a

SEÑAL ON-LINE: <http://www.ustream.tv/channel/colectiva-101-6-cartagena>

Siendo esta la primera emisora ciudadana de Cartagena, se consideran a sí mismos como un espacio de encuentro e interacción que fomentando el pluralismo, el dialogo, la lúdica, la sensibilización y concientización a los ciudadanos Cartageneros, aportará los elementos necesarios para la trasformación política, económica, social y ambiental en la ciudad.

10.5.4 ¿Por qué en este tipo de emisora?

⁵ Disponible en Internet: <http://wsp.presidencia.gov.co/portal/Paginas/default.aspx>.

Tomando en cuenta esa labor de inclusión y de oportunidad de participación activa del cartagenero y atendiendo en especial a las necesidades comunidad local COLECTIVA figura como la emisora pertinente para ofrecerle esta propuesta centrada en la temática deportiva de Cartagena.

Además revisando la parrilla de programación de ésta emisora vemos que carece de un programa deportivo y *La Heroica Deportiva* es la propuesta ideal para que la emisora de lugar al deporte local en su agenda de programación, representando para ellos una oportunidad de ganar audiencias interesadas en tales temáticas. (En caso tal que su junta directiva avale a ésta el objetivo sería transmitir el programa *La Heroica Deportiva*.)

10.5.5 Parrilla de Programación de la emisora COLECTIVA 101.6 FM

En Anexos.

10.6 Público objetivo

Cualquier persona con interés en la temática de *La Heroica Deportiva* de Cartagena puede disfrutar el programa e informarse en particular sobre las temáticas deportivas locales y nacionales sin embargo la población objetivo o *target* serán los jóvenes de 15 a 30 años, de cualquier estrato y género.

10.7 Géneros

El género será principalmente informativo, aunque también están incluidos espacios de opinión y entretenimiento.

10.7.1 Formatos

El programa que se propone implementar noticias (especialmente deportivas, aunque complementadas con breves noticias de actualidad deportiva, entrevistas, crónicas, debates, reportajes y música.

10.8 Dirección

Estudiante de la UTB que haya cursado la materia de radio I y II y un Productor de la emisora Colectiva.

Equipo de producción

Presentadores: Dos estudiantes de comunicación social de la UTB, un locutor de la emisora COLECTIVA y un experto en temáticas deportivas.

Productores: Dos estudiantes de Comunicación Social de la UTB en conjunto con 1 productor de la emisora COLECTIVA.

Director: Estudiante de la UTB que ha cursado la materia de radio.

10.9 Objetivo del programa

Crear un espacio informativo producido por jóvenes para Informar de los sucesos deportivos locales, nacionales e internacionales con un enfoque juvenil y argumentado, complementado con música, breves noticias de actualidad en informática y tecnología.

- Informar los hechos noticiosos deportivos con énfasis en los sucesos y representantes del deporte local.
- Dar la oportunidad a jóvenes estudiantes de comunicación de la UTB que se empoderen con ésta herramienta (la radio) y así alimenten su necesidad de integración y aporte social desde un espacio académico guiado.
- Empoderar a los ciudadanos, haciéndolos participantes activos en la creación del programa. (Se les da la oportunidad de proponer temáticas deportivas locales)
- Ofrecer un espacio de calidad para la participación y la reflexión de la ciudadanía.
- Ser la propuesta juvenil de radio deportiva local de la ciudad.
- Ser el punto de encuentro de los cartageneros, especialmente de los jóvenes (radios escuchas y presentadores) para el debate de temáticas deportivas.
- Con lo anterior atraer al público juvenil de la ciudad para que retomen el gusto por este medio de comunicación y sea tomado en cuenta a la hora de satisfacer su necesidad de estar informados con dichas temáticas.

10.10 Justificación

De acuerdo a los hallazgos de las entrevistas, y a la exploración de la información disponible (en especial la del Anexo 1), en Cartagena existe Entretiempo como único programa dedicado a la radio deportiva enfocada al segmento joven de la población y que se caracteriza por efectuar sus emisiones bajo un enfoque fresco, matizado con música y elementos de actualidad. En este orden de ideas, la necesidad de un programa alternativo a Entretiempo, en la frecuencia modulada FM (dado que esta modulación presenta mayor resistencia al efecto del desvanecimiento y a la interferencia, que son comunes, por ejemplo, en AM (Pérez, 2006)) se encuentra que los radioescuchas cartageneros, en particular jóvenes y gustosos de la temática deportiva local, requieren de un espacio radial renovado, que en línea con las características de Entretiempo presente los hechos noticiosos del deporte actual pero para diferenciarnos de la competencia ésta propuesta le apuesta como temática central a los sucesos y representantes del deporte local, complementado sucintamente con música, breves noticias de las redes sociales, sitios web, tecnología, entre otros, que atraigan la atención en especial del público juvenil.

La idea central del programa es publicitar a través de éste espacio la organización diversos certámenes deportivos realizados en la ciudad, hacer un seguimiento de éstos e incentivar a los deportistas destacados. Teniendo en cuenta que en el programa habrá una sección dedicada a un personaje local la idea es mostrar los datos relevantes de este personaje en su carrera deportiva y montar los relatos como si se tratara de una película, por medio de una redacción más descriptiva, con episodios de tres a 10 minutos, donde prime el sonido como elemento de tensión. Rescatando como una importante forma narrativa radial, el contar historias personales como una forma de identificación más directa con los oyentes.

El programa constará de 6 secciones, que hacen un total de 60 minutos. Cabe mencionar que se incluyen en la duración del programa los 10 minutos que se tomarán para lo referente a spot, presentación, colillas, por tanto el programa tendrá una duración neta de 50 minutos. A continuación se muestra la distribución del tiempo de programación según las secciones señaladas con posterioridad.

Sección	0	1	2	3	4	5	Publicidad	Total
Tiempo (minutos)	4	9	8	10	6	13	10	60

Entrada del programa Presentación pregrabada. Puede anunciar el tema, las secciones y los invitados especiales.

Se identificará el comienzo del programa. El locutor saludará a la audiencia e introducirá el contenido de la emisión. Se presentarán los titulares. Finaliza termina con la invitación a la audiencia a participar en el programa mediante chat, redes sociales, llamadas telefónicas.

Sección 0: *Actualidad del deporte nacional e internacional*

En este espacio, con formato monologado en forma de noticia, se presentaran (no se desarrollan) los hechos deportivos relevantes del día, en especial sobre la programación deportiva en fútbol a su vez se presentan las efemérides del deporte nacional e internacional.

Sección 1: *Deporte local* (Resultados de la jornada y charla con un personaje representativo del deporte local de la semana)

En esta sección iniciará con una crónica del personaje invitado, luego se hará una breve entrevista para así terminar está sección con una charla espontanea con el personaje en cuestión.

Será un dialogo con un representante del deporte local ya sea un jugador, técnico o director de un club o campeonato deportivo en Cartagena. Se hará una breve entrevista y se escucharán sus opiniones con respecto a la temática deportiva que se esté tratando en el momento. (Esto está sujeto a si hay un personaje destacado)

De lo contrario si no hay un personaje invitado, en ésta sección se hablarán de las actividades deportivas de Cartagena que estén vigentes.

Sección 2: *Espacio de humor.*

Locutores adopten roles ficticios y narren una corta historia a modo de sátira y con chistes.

Donde se analizan de manera crítica los acontecimientos locales que exijan de un seguimiento riguroso invitando al oyente a reflexionar y exigir a las autoridades competentes apoyo, acompañamiento etc. lo que demande la situación en cuestión.

A su vez en ésta a sección el locutor/ actor le plantea un máximo de dos preguntas al invitado especial.

El locutor/actor introduce al invitado especial.

Sección 3: Interacción con los oyentes. (Se recibe un máximo de 5 llamadas.)

La forma de vehicular esta sección es por medio de los comentarios y el debate abierto aquí se invita a los oyentes a comunicarse con el programa para hablar con el invitado especial y con los locutores. Luego de que estos se comuniquen, se establece una interacción con el locutor. Se les brinda oportunidad de formular preguntas, se plantean respuestas, de tal manera que el espacio sea dinámico. Cada oyente podrá dar sus opiniones acorde a la temática que se esté debatiendo y escoger una canción que se programará en intermedios del programa. Se les preguntan temáticas para convocar en la siguiente semana y tratarlas.

Se presenta una breve ambientación musical entre llamadas.

Sección 4: Tecnología y concursos.

En esta sección se harán anuncios y recomendaciones de actualidad tecnológica; redes, sitios web, aplicaciones móviles pertinentes para estar informados en temática deportiva.

Sección 5: Debate

Este espacio se presenta a forma de noticia y mesa redonda. Aquí se presenta una mesa redonda donde el director del programa, presentadores y un invitado especial (experto en deporte, un líder o director deportivo, personaje destacado en el deporte local.) comentarán los temas deportivos actuales tanto locales como nacionales.

Se da espacio para dos llamadas más de los oyentes para participar en la mesa redonda.

Se presenta una breve ambientación musical entre comentarios.

Cierre de emisión

Se despide la emisión y se invita al próximo programa. Se puede enumerar los temas que se trataron durante el espacio, junto con sus invitados. Contiene agradecimientos y patrocinadores.

10.10.1 ESCALETA LA HEROICA DEPORTIVA

Programa: LA HEROICA DEPORTIVA

Horario: Sábados y domingos de 10:00 AM a 11:00AM

Medio: Emisora Colectiva 101.6

Licencia del medio ante el Mintic: Interés público

Potencia autorizada para los transmisores: 200 Vatios

Fundadores: Ma. Camila Romero en colaboración de Estudiantes de la UTB

Primer programa: X fecha año 2015.

Equipo de trabajo: Emisora Colectiva- Dirección General

Estudiante UTB- Director de Emisión y Periodista

Equipo de Colectiva- Productor

Productor de Colectiva- Control Master

Estudiantes UTB - Periodista

Estudiantes UTB: Apoyo Periodístico

Emisión sábado 5 de septiembre de 2015

- *Entra cabezote de inicio*
- *Finaliza cabezote entra cortina*
- *Saludo inicial (Dir Programa)*
- *Extiende saludo (Equipo del programa Estudiantes de comunicación de la UTB y emisora Colectiva)*
- *Finaliza saludo*
- *Entra cortina (Centurión de la noche – Joe Arroyo)*
- *Glosa del programa.*

- *Saludo a un grupo deportivo local, barrio o comunidad en general que sean oyentes del programa.*
- *Entra Sección 0: Deportes Nacionales E Internacionales.*
- *Entra estudiante de comunicación de la UTB encargado de éste segmento enunciando los titulares destacados de la jornada.*
- *Finaliza Sección 0*
- *Entra Sección 1: Deporte Local*
- *Inicia participación Director del programa y estudiante de comunicación de la UTB*
- *Sigue el director con la entrevista al personaje invitado*
- *Finaliza Sección 1.*
- *Entra Sección 2: Humor y Critica*
- *Entra estudiante de la UTB (actor) que se encarga de dramatizar ésta sección.*
- *Finaliza Sección 2*
- *Entra Sección 3: Interacción con los oyentes*
- *Estudiante de comunicación de la UTB guía la ronda de llamadas al aire pero interviene toda la mesa.*
- *Finaliza Sección 3*
- *Entra Sección 4: Glosa Tecnología y concursos.*
- *Entra estudiante UTB encargado de ésta sección.*
- *Se emite la canción NEGRA de Kevin Flórez.*
- *Finaliza Sección 4*
- *Entra Sección 5: Debate*
- *Inicia el debate con estudiante UTB, invitado especial y el apoyo de locutor colectivo aportando a la temática. (Interviene el resto de la mesa)*
- *Finaliza Sección 5*
- *Continua con Cortina musical de fondo; Tú volverás de Joe Arroyo*
- *Despedida del invitado*
- *Glosa LA HEROICA DEPORTIVA*
- *Sigue cortina musical de fondo*
- *Despedida a la mesa de trabajo y créditos*
- *Cabezote*
- ***FIN DE LA EMISIÓN***

11. CONCLUSIONES

La programación radial se ha manifestado en los años recientes de forma repetitiva y previsible a pesar de la flexibilidad y versatilidad con la que cuenta el medio. Las emisoras de la ciudad han dado preponderancia a temas que nada tienen que ver con la reafirmación de identidad, formación y empoderamiento de la audiencia cartagenera, limitando los contenidos a trivialidades y vulgaridades, producto de la improvisación y la escasa preparación de los trabajadores radiofónicos.

En la actualidad ninguna emisora de la ciudad de Cartagena cuenta con un espacio radial en la frecuencia modulada diferente al ofrecido por la *UDC RADIO* donde se transmitan los eventos deportivos.

Aunque es necesario reconocer que *ENTRETIEMPO* es un programa que tiene gran audiencia y que gusta en cuanto a contenido y manejo del lenguaje, arrojando una experiencia exitosa en lo que lleva de funcionamiento, también posee aspectos negativos que pueden ser corregidos como: la participación del oyente y las temáticas locales que no cuentan con mayor cubrimiento, a diferencia del Real Cartagena.

Durante la investigación se identificó la necesidad de crear un espacio alternativo a *ENTRETIEMPO* para la información de temáticas locales deportivas y que a su vez ofrezcan oportunidad de participación a las comunidades cartageneras por ejemplo para la elección de los contenidos a emitir siempre y cuando atiendan eventos o representantes deportivos de la ciudad.

En donde se establezca un diálogo con la audiencia que permita un acercamiento a sus motivaciones y demandas para conocerla verdaderamente. Y no darle lo que los realizadores o productores creen que gusta a los oyentes, sino lo que necesitan.

El presente estudio constituyó un aporte que permitió diseñar un magazine radial que narrará los eventos y actividades más destacadas del deporte aficionado y profesional con centro en la ciudad de Cartagena. Para esto se revisó y analizó la estructura del programa *Entretiempo* de la U de C Radio emitido y producido en la radio local.

Los resultados de la investigación permiten concluir que en Cartagena, Entretiempo representa el único programa radial deportivo enfocado al público joven; basado en un formato fresco y de actualidad, con un enfoque internacional y nacional, intentan continuamente mantener a su audiencia.

Por otro lado, se concluye, de acuerdo al diagnóstico del programa de la U De C Radio, que es viable la implementación de un programa similar en la ciudad, teniendo en cuenta los siguientes aspectos

- Evitar los monólogos en la locución.
- Considerando audiencia objetiva al público joven, éstos impulsan a los productores y creadores para ser más exigentes en cuanto a la creatividad de presentarles contenidos.
- Lenguaje fresco.
- Musicalización
- Que siga un formato similar (flexible: magazine) que evite los monólogos

Los aspectos para el diseño de *La Heroica Deportiva* y que nos haría distintos a ENTRETIEMPO

- El énfasis del programa es la temática deportiva profesional y aficionada local. Respaldar el programa con hechos deportivos de actualidad nacional e internacional pero haciendo atención especial a equipos donde se destaquen compatriotas.
- Tratar temas conexos de interés para el público, aunque no serán el foco de la información, como la *Sección De Tecnología*.
- Ofrecer tiempo en el programa para la opinión pública.
- Emisión de fines de semana.

El magazine propuesto se denominó *La Heroica Deportiva*, que durará 60 minutos, integrado por tres franjas, y justificado en la medida en que existe en la ciudad la necesidad de un programa alternativo a Entretiempo, que considere el hecho que los jóvenes requieren de un espacio radial renovado y fresco enfocado en los hechos noticiosos de la comunidad cartagenera no dejando de lado los hechos nacional e internacional, complementado sucintamente con música, breves noticias

de actualidad en informática y tecnología, *gadgets*, sitios web, entre otros, que atraigan la atención del público juvenil.

En general se concluye que el magazine será exitoso en la medida en que se produzca con originalidad, innovación y compromiso hacia el público cartagenero.

12. BIBLIOGRAFÍA

- Aguadón, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación*. Madrid: Diego Marín.
- Bartes, R. (1964). *Historias de las Teorías de la Comunicación*. Madrid: Paidós.
- Bértolo, C. (1998). La responsabilidad narrativa. *Diario El País*, nd.
- Buenaventura, J. (1990). La Programación Radial. *Revista Diálogos de la Comunicación* (26), nd.
- Eco, U. (1996). *El péndulo de Foucault*. Madrid: Bompiani/Lumen/Patria.
- El Espectador. (2010). *La Radiodifusora Nacional de Colombia, de aniversario*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de <http://www.elespectador.com/impreso/cultura/articuloimpreso185576-radiodifusora-nacional-de-colombia-de-aniversario>
- Fernández, C. (1997). *Metodología de Investigación*. México D.F.: Mc Graw-Hill.
- Franco, J. (2009). *Historias de la radio: La radio en Colombia*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de <http://www.natureduca.com/radioblog/?p=135>
- Gogin, G. (2012). *¿Qué significa hablar de radio?* Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/35-revista-dialogos-que-significa-la-radio.pdf>
- Haye. (2003). *Otro siglo de radio. Noticias de un medio cautivante*. Buenos Aires: La Crujía.
- Haye, R. (2000). *La radio del siglo XXI. Nuevas Estéticas*. Buenos Aires: La Crujía.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4 ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Martínez, M. (2002). *Información Radiofónica*. México D.F.: Ariel.
- Mata, M. (1993). La Radio: Una relación comunicativa. *Revista Diálogos de la Comunicación* (35), 10.

- Mata, M. (1998). Saber sobre la radio. *Revista Signo y Pensamiento* (33), 91.
- Mattelart, A. (1997). *Historias de las Teorías de la comunicación*. Madrid: Paidós Comunicación.
- Merayo, A. (2007). *La Radio en Iberoamérica. Evolución, Diagnostico y Prospectiva*. Sevilla: Comunicación Social.
- Miralles, M. (2001). *Periodismo, opinión publica y agenda ciudadana*. Bogotá D.C.: Norma.
- Murelaga, I. (2007). Reflexiones sobre la transformación del concepto “Programación Radiofónica” de la parrilla al mensaje. *Palabra Clave* , 10, 113-120.
- Ortiz, M., & Volpini, F. (1995). *Diseño de Programas de Radio: Guiones, Géneros Y Formulas*. Madrid: Paidós.
- RCN. (nd). *Memorias deportivas. Tomo I*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de <http://especiales.rcn.com.co/memoriasdeportivas/tomo1/Default.html>
- Rincón, O. (2006). *Narrativas Mediáticas O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Rodero, M. (2008). Educar a través de la radio. *Revista Signo y Pensamiento* , 27 (52), 97-109.
- Rottman, D., & Bermúdez, J. (2000). *La Rebeldía Pop*. Buenos Aires: Planeta.
- Stamato, V. (2005). Días de radio. *Credencial Historia* (186), nd.
- Torrico, E. (2004). *Abordajes y Periodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá D.C.: Norma.
- UDeC Radio. (2012). *Entretiempo*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://udecradio.unicartagena.edu.co/index.php/template/programas/item/206-entretiempo>

13. ANEXOS

13.1 Anexo 1: Análisis emisión del programa de radio Entretiempo

Tema del programa: Noticias deportivas locales, nacionales e internacionales

Título: Entretiempo

Género: Es un programa de tipo informativo y de entretenimiento de corte deportivo.

Participantes:

- Andrés Vizcaíno: director y conductor
- William Marrugo: co-director y comentarista.
- Carls Villalba: comentarista.

13.1.1 Estructura del programa

ENTRADA DEL PROGRAMA: CABEZOTE

(“Mucha actualidad de los deportes que más te gustan... Entretiempo la innovación deportiva en UDC RADIO”)

- Luego viene una mezcla de música instrumental bastante juvenil.
- Andrés Vizcaíno: Presenta el programa dando la bienvenida a la información deportiva y saludando a los oyentes agradeciendo que escuchen la emisora, dice la fecha de la emisión y recuerda la frecuencia radial de la emisora, seguido a esto presenta al Profe Williams y demás compañeros de trabajo.
- Luego de que cada integrante se presenta, viene nuevamente la mezcla musical del inicio del programa.
- Se da paso a una sección del programa llamada las Efemérides
- Andrés da la fecha de la emisión 20 septiembre del 2013 y se arranca con la sección.

SECCIÓN DE EFEMÉRIDES

(Duración: 6 minutos. Presentan: Andrés Vizcaíno y Profe Williams)

Cortina de fondo...

Andrés V: 20 de septiembre 1971 el nacimiento en Helsingborg Suecia del delantero Henry Eduard Larson jugador del Manchester United y del Barcelona.

Andrés V: Feliciano López Díaz Guerra Hace 32 años nace en portillo de Toledo-España este tenista profesional. En 2005 se convirtió en el 1er tenista en alcanzar los cuartos de final en Wimbledon, actualmente es puesto 32 en el ranking ATP.

Andrés V: Hoy también es la celebración del Cumpleaños número 38 de Juan Pablo Montoya Roldan quien es bogotano de nacimiento

Campeón de la serie CAR en 1999 con el equipo GALAXY y 3ero en la F1 2002 y 2003 con Williams y desde 2006, compitió en la copa NASCAR donde ganó las 24 horas de DAYTONA 2007,2008 y 2013 y llegó 2do en el 2009 y 2011 Y hace poco anunció que correrá en la INDYCAR el próximo año.

Andrés V: Para finalizar hoy hace dos años el defensa argentino Javier Zanetti se convierte en el jugador con más partidos disputados para el club Inter de Milán en ese momento totalizaba 835 compromisos solo es superado en el campeonato de Italia por Paolo Maldini del AC Milán que tiene en su haber 973 partidos.

(Se le abre un espacio al Profe Williams para que siga la sección de las EFEMIRIDES de fondo una canción del género pop en inglés).

Profe Williams: Hoy celebra cumpleaños el ingeniero civil Jaime Castillo Pinto, famoso Papi Castillo Jr quien enseñó al profe a jugar beisbol y que de hecho es compañero de trabajo en la emisora de la UDC.

Profe Williams: Se felicita al Profesor Idelfonso Hoyos Caraballo que fue profesor de Fútbol de la UDC, retirado jugó en el Atlético Bucaramanga y en el Real Cartagena.

Titubeó en la cronología del emitir las noticias de cumpleaños. (Profe Williams)

En la lectura de los datos se notó en ocasiones equivocación al enunciar los nombres de personajes por ejemplo Maldini. (Andrés).

- Andrés V despide la Sección
- Se sube la música de fondo (canción en inglés). (música on)
- Se baja la música (música off)
- Se presenta una propaganda que da paso a la información de beisbol se presenta una cortina musical carnavalesca.

INICIA LA SECCIÓN DE BEISBOL

(Duración: 19 minutos. Presentadores: Profe Williams. Cortina de fondo con música caribeña)

- Andrés presenta la sección: Empieza diciendo la hora 12:40 y presentando al profe Williams, enfatizando en la experiencia de él en ese área deportiva seguido a esto le pide la información oportuna.
- Williams: Inicia dando saludos al profesor Lozano de la UDC quien fue un jugador de beisbol
- Entra a hablar del beisbol profesional de las grandes ligas.
- 19 minutos hablando de beisbol a nivel nacional e internacional de las actuaciones de los jugadores colombianos, venezolanos entre otros.
- Hablando de las tablas de posiciones de los equipos de grandes ligas.
- Se habla de los próximos enfrentamientos.
- Y se hace un pronóstico de los posibles resultados y desempeño de los equipos más relevantes en el beisbol.
- La sección se suspende y colocan una salsa.
- Baja la música y colocan propaganda del programa “ En entretiempo más noticias”
- Se retoma la música Un Pop-rap.

SECCIÓN MÁS NOTICIAS

(Duración: 3 minutos. Presentadores: Karen Ariza. Cortina de fondo)

- Andrés V retoma el programa diciendo la hora y la frecuencia de la emisora y da la bienvenida a Karen Ariza quien hablará sobre deporte de motor.
- Karen Noticias de F1 sobre los traspasos para el 2014.
- Carls Villaba apoya a Karen en este espacio.
- Mientras se emiten las noticias de esta sección hay una cortina musical
- Se cierra este segmento mencionando la hora. 1 de la tarde 3 minutos.
- Se sube el volumen a la canción que se usaba de cortina en esta sección.
- Se baja la música.
- Se coloca propaganda que presenta la sección que sigue (Tenis)
- Se sube nuevamente la música.
- Se retoma mencionando la hora nuevamente 1:04 pm.

SECCIÓN TENIS

(Duración: 2 minutos y medio. Presentadores: Andrés V, Karen A, Carls Villalba. Cortina de fondo con música Jazz en esta sección)

- Entra Andrés y Carls hablando sobre los tenistas colombianos en los torneos internacionales.
- Intervención irrelevante y titubeante de Karen (min 34 con 21 seg)
- Cortina de fondo pop- rap
- Karen entra a dar un dato oportuno (min 35 con 13 seg)
- Cierra Andrés V dando la hora (1:06 pm)
- Se sube la música
- Propaganda que presenta a la siguiente sección (baloncesto)
- Se coloca otra canción Jazz
- Se baja la música
- Se presenta la hora de la emisión de la sección (1:07 pm)

SECCIÓN BALONCESTO

(Duración: 4 minutos y medio. Presentadores: Profe Williams y Karen A. Cortina de fondo con música Jazz en esta sección)

- Inicia Andrés V saludando a los oyentes y a los seguidores de las redes sociales de Twitter y Facebook. Luego pide al profe Williams y a Karen A detalles sobre las noticias de esta sección.
- Inicia el profe Williams hablando sobre el equipo profesional de Cartagena y los compromisos pendientes que tiene el equipo.
- Minuto 38:09, Carls hace una pregunta acerca de las amonestaciones a los jugadores de las ligas profesionales de baloncesto en Colombia.
- Profe responde que depende de las políticas de la federación colombiana de baloncesto.
- Karen hace una acotación oportuna, y continúa con la información del baloncesto nacional.
- Profe Williams habla de los jugadores más colombianos más destacados en esta área deportiva.
- Mientras el profe Williams da unos datos Karen hace un apoyo flojo a dichas noticias.
- Retoma Karen A hace invitación a los oyentes para ir a apoyar al equipo local en el coliseo Fernando Caraballo.
- Interviene Andrés V dando la hora real de la emisión 1:11 pm y dando paso a información del beisbol departamental
- Quien ahonda en esta noticia es el Profe Williams.
- Duración de esta nota es de 1 minuto.
- Cierra Andrés V dando la hora de la emisión 1:12pm
- Se sube la música (Jazz)
- Música off. Propaganda que da paso a la siguiente sección.
- Se sube la música.
- Andrés V da la hora 1:13 y da paso para hablar sobre ciclismo.

SECCIÓN MÁS DEPORTES EN LA U De C RADIO

(Duración: 6 minutos y 40 seg (41.17 – 47.29). Presentadores: Profe Williams y Karen A. Cortina de fondo con música Jazz en esta sección)

- Andrés V da la hora 1:13 y da paso para hablar sobre ciclismo.
- Continúa Andrés y habla de la sexta etapa vuelta ciclística británica de 137km y del protagonismo del ciclista Boyacense Nairo Quintana en este evento.
- Ganador de la fracción fue el Británico Simón
- Nairo Quintana entre los 10 mejores en la tabla de la vuelta ciclística Británica.
- Entra el Profe Williams a hablar del campeonato mundial de ruta del 21 al 29 de septiembre en Florencia-Italia y de la participación federación colombiana ciclística y de los ciclistas invitados.
- Retoma Andrés V dando la hora 1:15pm y abre paso a noticias de la selección colombiano de futbol femenino.
- Entra Karen a dar detalles del desempeño en el campeonato sudamericano sub-17 celebrado en Paraguay y los resultados de los enfrentamientos de esta selección.
- Cierra la nota Andrés V. dando la hora 1:16pm.
- Música On (Pop)
- Música Off
- Andrés V, continúa con más información deportiva.
- Se comenta la actuación de Jakceline Rentería en el campeonato mundial de lucha en Budapest.
- Cierra Andrés la sección dando la hora 1:18pm
- Música on. Jazz
- Música off. Propaganda que presenta la siguiente sección (futbol)

SECCIÓN FUTBOL

(Duración: (47.38) Presentadores: Carls Villalba, Karen Ariza, Andrés Vizcaíno. Cortina de fondo con música Rock-pop)

- Empieza Andrés V, hablando del Real Cartagena. Y de su desempeño en el último juego en el que participaron y del próximo compromiso del equipo.

- Karen: da las fechas de los partidos de los equipos nacionales.
- Andrés: retoma hablando de la Tabla de posiciones de los equipos...
- Karen: habla de actuación de los jugadores colombianos en el futbol internacional
- Carls habla sobre la copa suramericana de futbol y los compromisos de los equipos de los equipos colombianos en este torneo.
- Carls V: Habla de los jugadores nacionales que juegan en el RIVER PLATE
- Andrés V: regresa a hablar del futbol profesional colombiano y próximos enfrentamientos.
- Andrés V: Tabla de posiciones de los equipos colombianos.
- Andrés da la hora (1:29pm)
- Andrés cierra el programa. Cerrando la información en UDC radio y a los demás presentadores dándoles buenas tardes y las gracias por atender al llamado de Entretiempo.
- Profe Williams: Se despide dando las gracias a los oyentes por permitir compartirles toda la información del deporte en las distintas aéreas local, nacional, internacional, regional, y enfatiza que estén pendiente para la próxima emisión a la información que traerá a la sección de béisbol.
- Carls: Hace invitación a los oyentes a que enciendan la tv y vean mucho futbol, tenis etc., y que se mantenga siempre informados.
- Karen A: reitera los compromisos deportivos más relevantes que hay en la fecha a nivel local y nacional (F1 y Real Cartagena) el apoyo del equipo de entretiempo a todos estos jugadores y equipos.
- Por último cierra Andrés presentando al grupo técnico que les colabora y dando las gracias a todo el equipo de producción.
- Entretiempo llega a ustedes gracias a la producción de Gustavo Chica, la técnica a cargo de Amil Carbón y la dirección general de Martha Amor.
- Da su nombre (Andrés V.) repite el nombre del programa (Entretiempo) Da a los oyentes una despedida amena deseándoles buena tarde.

PARRILLA DE PROGRAMACIÓN UDC RADIO 2013

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
12:00	UDEC RADIO TOUCH Mezcla de todos los géneros musicales de UdeC Radio	DISONANTE				UDEC RADIO TOUCH Mezcla de todos los géneros musicales de UdeC Radio	UDEC RADIO TOUCH Mezcla de todos los géneros musicales de UdeC Radio
1:00		Fusión de Rock y baladas en español e inglés					
2:00		UDEC RADIO TOUCH					
3:00		Mezcla de todos los géneros musicales de UdeC Radio					
4:00		Mezcla de todos los géneros musicales de UdeC Radio					
5:00	Acordes En Sepia	Acordes En Sepia	Acordes En Sepia	Acordes En Sepia	Acordes En Sepia	Cantos De Libertad	Cantos De Libertad
6:00	Noticiero RFI	Noticiero RFI	Noticiero RFI	Noticiero RFI	Noticiero RFI	Voces Unidas ONU	Patrimonio Sonoro
7:00	Cantos De Libertad	Cantos De Libertad	Cantos De Libertad	Cantos De Libertad	Pilando Historias	Hojas Secas	
8:00	Tres Colores, Muchos Sones	La Hamaca Grande	Tres Colores, Muchos Sones	Música Del Patio	Tres Colores, Muchos Sones		
9:00	Udec Radio Al Día	Tres Colores, Muchos Sones	Udec Radio Al Día		Udec Radio Al Día	Acordes En Sepia	
10:00	Isla Morena	Isla Morena	Isla Morena	Isla Morena	Isla Morena	Mojito, Menta O Yerbabuena	La Hamaca Grande
11:00	Mojito, Menta o Yerbabuena	Mojito, Menta o Yerbabuena	Mojito, Menta o Yerbabuena	Mojito, Menta o Yerbabuena	Mojito, Menta o Yerbabuena	Ahí Na Ma	Lingala Caribe
12:00	Universo U	Universo U	Universo U	Universo U	Universo U		
	Entretiempo	Entretiempo	Entretiempo	Entretiempo	Entretiempo	Voces En Rosa Y Marrón	Isla Morena
1:00							
2:00	Pentagramas	Pentagramas	Pentagramas	Pentagramas	Opus Vital	Pilando Historias	
						Localía	

3:00	Sintonía Lírica	Sintonía Lírica	Sintonía Lírica	Sintonía Lírica	Sintonía Lírica	Colombia Alterna	Encanto Caribe
4:00	Tanto Tango	Versos Y Universos	Hojas Secas	Tanto Tango	Cineclub Udec Radio	Eurocultura	Encanto Caribe
		Tanto Tango			Tanto Tango		
5:00	Sin Vino Ni Tinto	Sin Vino Ni Tinto	Sin Vino Ni Tinto	Sin Vino Ni Tinto	Localía	Trovadores	Ahí Na Ma
6:00	Voces Del Jazz	Voces Del Jazz	Voces Del Jazz	Voces Del Jazz Latino	Voces Del Jazz Latino	Jurassic Rock	CIUDAD SOLLE (Música 70 y 80)
7:00	Ahí Na Ma	Ahí Na Ma	Ahí Na Ma	Ahí Na Ma	Ahí Na Ma	Hallyu Up	
8:00	Onda Corta	Onda Corta	Onda Corta	Onda Corta	Onda Corta	Tracklist	DISONANTE Fusión de Rock y Baladas En Español e Inglés
9:00			Jurassic Rock				
10:00	ROCK ´N LOVE Fusión De Rock y Baladas En Español e Inglés				UDEC RADIO TOUCH	Esquizofonia	
11:00						Mezcla de todos los géneros musicales de UdeC Radio	

*ROCK ´N LOVE: Fusión de balada en inglés y español y rock en inglés y español

*UDEC RADIO TOUCH: Se programa música de todos los géneros que se emiten en UDeC Radio

*TOUCH RETRO: Música RETRO de todos los géneros.

2. PARILLA PROGRAMACIÓN COLECTIVA 101.6 FM

GMT-05	lun 16/3	mar 17/3	mié 18/3	jue 19/3	vie 20/3	sáb 21/3	dom 22/3
05:00	05:00 – 08:00 VOX POPULI INFORMATIVO						
06:00							
07:00							
08:00						08:00 – 09:00 INFANTIL 1	08:00 – 10:00 Pa mi barrio
09:00	08:30 – 12:00 Fanja Balada - Pop						
10:00							10:00 – 13:00 Fanja Salsa y Africana
11:00							
12:00	12:00 – 13:00 Noticiero Colectiva 12 del día						
13:00	13:00 – 14:00 Visión del Deporte						
14:00	14:00 – 18:00 Fanja Caribeña	14:00 – 15:00 HABLEMOS DIS	14:00 – 15:00 INFANTIL 2 PARA PADRES				
15:00							15:00 – 16:00 SABE LO QUE HACE
16:00						16:00 – 18:00 Farándula local	
17:00							
18:00	18:00 – Avance noticias 18:30 – 20:00 DE-LIBERA	18:00 – 19:00 PICOSONIC					
19:00						19:00 – 20:00 DJ's 1	
20:00	20:00 – 23:00 LA ESQUINA	20:00 – 23:00 DJ's 2	20:00 – 23:00 DJ's 2				
21:00							
22:00							