



**JAVERIANA ESTÉREO, UNIVALLE ESTÉREO
¿POR QUÉ NO ICESI ESTÉREO? CREACIÓN DE LA PRIMERA
EMISORA VIRTUAL DE ICESI**

AUTORAS:

MARIANA PARRA PRIETO

ISABELLA PEÑA HERRERA

DIRECTOR DEL PROYECTO:

EDGAR SARRIA CAMPO

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MERCADEO INTERNACIONAL Y PUBLICIDAD

SANTIAGO DE CALI

2018

Tabla de Contenido

Introducción.....	3
Resumen.....	4
Abstract.....	6
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Justificación.....	9
Marco teórico.....	10
Historia de la radio en Colombia.....	10
Emisoras universitarias.....	12
Emisoras web.....	13
Equipo necesario.....	14
Anexos.....	18
Bibliografía.....	25

Introducción

En la actualidad, varias universidades de la ciudad de Cali como lo son la Universidad Javeriana, Universidad del Valle, Universidad Autónoma de Occidente y otras, cuentan con una emisora universitaria. Algunas de ellas son en formato web y otras en F.M; esta característica depende de las preferencias de cada creador de las mismas, de las directrices de la universidad y el presupuesto económico de cada una.

Es importante recalcar que las universidades nombradas anteriormente cuentan con la carrera de comunicación social, lo cual hace que la emisora universitaria sea un recurso de vital importancia para aquellos estudiantes que desean desarrollar sus conocimientos mediante una práctica en el medio de la radio. Como la Universidad Icesi no cuenta con esta carrera, se convierte en un reto para las estudiantes proponer la primera emisora virtual universitaria para la misma.

Según el criterio de las estudiantes participantes en este proyecto, una emisora web generaría un valor agregado a la Universidad Icesi, dado que es uno de los medios principales de difusión, el cual la institución puede utilizar para comunicar los diferentes eventos que realizan estudiantes de sus distintas carreras. Adicionalmente, añade valor, puesto que los estudiantes de la Universidad serán partícipes del desarrollo de la emisora, tanto de contenido como de locución; lo cual genera más conocimiento y experiencia para aquellos que les gusta expresarse y ser escuchados con temas importantes y novedosos de sus carreras.

Resumen

La Universidad Icesi es una institución educativa privada localizada en Cali, Colombia, que cuenta con cerca de 6000 estudiantes de pregrado y 720 de especialización y maestrías. Los planes de estudio ofrecidos pertenecen a las áreas de administración y economía, humanidades, ingeniería, ciencias naturales y recientemente, licenciaturas y música.

Hoy en día, la Universidad Icesi no cuenta con una emisora que permita la difusión de eventos que se desarrolla en este espacio, involucrando las diferentes carreras de pregrado y posgrado, y que a su vez permita a los estudiantes participar en el proceso creativo y técnico del desarrollo de una estación radial. Es por ello que, surge la necesidad de desarrollar una emisora web para la Universidad Icesi con el fin de generar valor agregado para la misma y ponerla a disposición de la comunidad universitaria y el público en general, con interés en la información de la Icesi, junto a temas culturales, académicos y científicos.

El proyecto estuvo enmarcado en una investigación proyectiva, sostenida en un diseño de campo y documental. Se implementaron una serie de técnicas e instrumentos de recolección de datos, específicamente de análisis de fuentes documentales, entrevistas no estructuradas y encuestas. Para el desarrollo de la mencionada emisora web y el cumplimiento de los objetivos planteados se sugirió una determinada infraestructura para el funcionamiento de la misma. De esta manera, es posible concluir la necesidad de implementar una emisora web en la Universidad Icesi.

Palabras clave: Emisora web; Valor agregado; Manual de estilo

Abstract

Icesi University is a private educational institution in Cali, Colombia that has about 6000 undergraduate and 720 undergraduate and master degree students. The study plans offered by this University focus in the areas of management and economy, humanities, engineering, natural sciences and recently, teaching and music.

Nowadays, Icesi University doesn't have a radio station that allows the diffusion of events that take place in this space, involving any kind of matter that develops in the different undergraduate and graduate degrees that this institution offers, in addition it allows the students to participate in the creative and technical process of developing radio programs. The reasons above are the facts to develop a radio web station for the Icesi University in order to generate additional value and make it available to the university community and the general public with an interest in Icesi's matters, along with cultural, academic and science matters.

The project was framed in a projective investigation, sustained in a field and documentary design. A series of techniques and instruments for data collection were implemented, specifically documentary sources analysis, unstructured interviews and surveys. For the development of the web station and the fulfillment of the proposed objectives, a certain infrastructure was suggested for this operation. In this way it is possible to conclude the implementation of a web station at the Icesi University .

Keywords: Webcast; Value added; Stylebook

Objetivos

Objetivo general

Diseñar la propuesta de creación de una emisora web universitaria en la Universidad Icesi durante el año 2018.

Objetivos específicos

- Marco teórico de las emisoras virtuales
- Demostrar el valor agregado que da el tener una emisora web a la universidad.
- Sugerir la infraestructura y diferentes factores que conlleva el desarrollo de una emisora web universitaria en Icesi.
- Considerar el interés de los estudiantes de la Universidad Icesi por la emisora web universitaria.

Justificación

En este proyecto de grado se diseña la propuesta para la creación de una emisora web para la Universidad Icesi, pues actualmente no cuenta con este medio de comunicación. Al ser ésta una de las universidades más importantes del suroccidente colombiano, es necesaria la visibilidad a través de este medio; no sólo con personas externas sino también dentro de la misma comunidad Icesista. Una emisora es una plataforma de información que permitiría a estudiantes, maestros, semilleros, grupos de investigación, entre otros, tener un espacio para comunicar sus ideas y proyectos; paralelo a esto, daría la experiencia a estudiantes de carreras con enfoques diferentes a la comunicación social, la experiencia de participar en este campo, y así aprender a expresar y transmitir sus ideas en un medio masivo de comunicación.

Así pues, una emisora en la Universidad Icesi se enfocaría en transmitir un contenido informativo, educativo y cultural de alto nivel, lo que daría un gran reconocimiento en el campo de la comunicación. Además, se sabe que la Universidad es un espacio en el que se dan múltiples eventos de gran importancia tales como congresos, debates políticos y eventos estudiantiles; una emisora sería el medio a través del cual se daría a conocer lo ocurrido en estos eventos, llegando un mayor número de personas sin usar un medio externo de comunicación diferente a los proporcionados por la institución. Para el desarrollo de este proyecto fue necesario determinar el funcionamiento, finalidad de la emisora, el espacio o infraestructura en el que posiblemente se puede llevar a cabo, y los regímenes normativos que cubren a éste medio de comunicación en la ciudad.

Por otra parte fue importante visitar y analizar las diferentes emisoras universitarias que hay en la ciudad de Cali, para identificar los formatos existentes y por qué razón el virtual sería el más adecuado para la creación de éste medio en la Universidad Icesi.

A través de esta investigación, conocimos que universidades como la Autónoma de Occidente y la Universidad del Valle (que cuentan con sus propias emisoras universitarias) han sido reconocidas nacional e internacionalmente por el contenido y desarrollo de sus programas radiales, los cuales son creados por los mismos estudiantes y maestros, quienes hacen parte de diferentes campos de estudios, no solamente de comunicación social.

Marco Teórico

A través del marco teórico de esta investigación se analizará la historia de la radio en Colombia, los aportes que ha dado a la comunicación y educación del país, así como la historia de las emisoras educativas, universitarias y las nuevas emisoras transmitidas en formato web. Este marco fue construido con el objetivo de contextualizar desde una perspectiva histórica el objeto del presente proyecto de grado.

Historia de la radio en Colombia

La historia de la radio en Colombia inicia en 1929 con la creación de la emisora HJN, que llegaría a ser conocida más tarde como Radiodifusora Nacional. Meses después nace en la costa caribe La voz de Barranquilla; la primera en esta región del país. Posteriormente, en 1931 llega la radio comercial con la emisora HKF, seguida por muchas otras que empezaron a surgir en esta época (Enciclopedia Banco de la República, S.F).

En Colombia la radio ha sido uno de los principales medios de comunicación debido a que en la década de los 70's impulsó la cultura y la educación en áreas rurales a través de emisoras comunitarias, las cuales contaban con programas de agricultura, música, noticias regionales e incluso alfabetización. El objetivo era llegar a las personas de las zonas más apartadas, así como personas en condiciones de analfabetismo o discapacidad física (Enciclopedia Banco de la República, S.F).

La creación de emisoras dentro de instituciones educativas inició en Bogotá a principios de los años noventa. La finalidad de estas era comunicar eventos escolares con la comunidad educativa, y además hacerlos partícipes de la misma en su programación y creación de contenidos, con la guía de sus maestros. Con el pasar de los años, las emisoras escolares se

han popularizado en instituciones privadas y oficiales dentro de las ciudades y municipios rurales (Enciclopedia Banco de la República, S.F).

En 1933 nace la primera radio universitaria del país: la emisora Cultural de la Universidad de Antioquia, seguida por la Radio Bolivariana de la Universidad Pontificia Bolivariana en 1948, también en Antioquia (Gaviria, 2004). Guillermo Gaviria, director de la emisora de la Universidad Javeriana explica cómo hoy en día son más de 30 emisoras universitarias en Colombia, las cuales pertenecen a la llamada Red de Radios Universitarias, organización creada en el 2003 con objetivos de examinar las dificultades que enfrentan las radios universitarias en tanto a financiamiento y normas jurídicas, la definición de radios educativa y la creación de proyectos conjuntos en pro de temas académicos de alto impacto social y cultural (Gaviria, 2004).

Emisoras Universitarias

Actualmente, en Colombia no existe la categoría de emisoras universitarias dentro del ministerio de comunicaciones, sin embargo Gaviria, en su texto “La radio Universitaria en Colombia,” afirma que se ha logrado un avance en este tema dado que el ministerio reconoce a las emisoras educativas de la siguiente manera:

Emisoras educativas. Las Emisoras Educativas tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de apoyar el proyecto educativo nacional y, servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Este servicio se prestará a través de las entidades educativas públicas de nivel superior (Ministerio de Comunicaciones, 2004).

Es importante reconocer el alcance de las emisoras universitarias en Colombia, Gaviria calcula que estas cuentan aproximadamente con 600.000 oyentes en todo el país; dicha estimación se hizo basada en estimaciones del Estudio General de Medios (EGM). De

acuerdo a este, en el 2016 la emisora de la Universidad Javeriana en Bogotá contaba con 157.000 oyentes. Gaviria cita al investigador, Jesús Martín Barbero, diciendo que esta creciente audiencia encuentra en la radio universitaria una alternativa a la “globalización comercial de la radio”.

Así pues, son en sí las características que hacen diferente a la radio universitaria de las emisoras comerciales uno de los principales factores de diferenciación de éstas. En una de las entrevistas realizadas para esta investigación, Helier Hernández, director de la emisora de la Universidad del Valle, comentaba cómo las radios universitarias buscan construir una audiencia crítica a través de programas con contenido cultural, académico y científico; además de la reproducción de géneros musicales que en emisoras comerciales no tendrían la misma oportunidad de ser expuestos, dichos géneros abarcan la comúnmente conocida como “música clásica”, los distintos ritmos de la música colombiana, música anglo y alternativa entre otros. (Hernandez, 2018)

Emisoras Web

El 14 de abril del año 2000, nació radio Altaír en la Universidad de Antioquia, siendo la primera emisora web universitaria en América Latina. Fundada en la facultad de Comunicaciones de esta Universidad; Natalia Restrepo, directora de radio Altaír, explica en una entrevista con el programa La Nube Teleantioquia en el año 2013, cómo esta emisora fue creada con el objetivo de ser, además, un laboratorio donde los estudiantes aprenden sobre radio digital y creación de contenido hipermedial. (Restrepo, 2013)

Restrepo afirma que una de las cualidades de la radio digital es que el contenido generado no se limita al audio, sino que al ser expuesto en una plataforma web se complementa con recursos visuales, audiovisuales y textos. Además, resalta la practicidad de la radio digital, dado que los programas emitidos en esta no son efímeros, sino que permanecen en la web

para ser descargados y escuchados por los usuarios en cualquier momento y lugar, dado que al ser un contenido web se puede acceder a él desde cualquier país del mundo, logrando convertirse en una radio universal. (Restrepo, 2013)

En teoría, una persona con conexión a una red de banda ancha podría tener su propio programa web o podcast, sin embargo la creación de una emisora con contenido y transmisión de nivel profesional requiere de equipo y manejo especial. En cuanto al contenido de las emisoras web, en entrevista con Colombia Digital el Dj Gustavo Mendieta, quien ha trabajado en la emisora online de la Universidad Sergio Arboleda y la emisora online “La Superestación” comenta que uno de los peores errores de las personas que realizan radio online es poner una lista de reproducción con canciones y no generar interacción con los oyentes. Adicionalmente, Mendieta afirma que los bloques en los cuales se habla pueden ser concisos e ir directo “al grano”, esto con el fin de evitar la dispersión de los oyentes. También, afirma que en muchas ocasiones las emisoras online al no necesitar de una gran inversión para su funcionamiento, terminan generando contenido con fallas y poco profesionalismo. Para evitar esto, se debe procurar contar con equipos especializados, guiones y locutores con conocimiento de los temas que se manejan al igual que un espacio adecuado para la grabación y transmisión del audio. (Mendieta, 2011)

A continuación, se explica el equipo necesario y sus precios en dólares para la creación de una emisora web en la Universidad Icesi.

Equipo necesario

La información sobre los equipos necesarios para desarrollar y crear el contenido de una emisora de radio online fue tomado tanto de las entrevistas realizadas a los directivos de emisoras universitarias en la ciudad de Santiago de Cali (Univalle Estéreo, Onda UAO, Radio USC). Las siguientes son opciones de equipamiento con su respectivo precio al año 2018, y

se presentan basándose en la anterior información, sin embargo las marcas y características no son definitivas y pueden realizarse cambios.

Computador PC

El director de Onda UAO recomendó uno o dos computadores, ambos con una buena capacidad de memoria RAM y disco duro, estos usados para la emisión y reproducción de audio, la marca de los computadores que se usen en la estación de radio definirán los programas que se usan para la edición y producción. En este caso se eligió:

- Computador iMac MMQA2E/A, con procesador Intel Core i5, disco duro de 1TB, Pantalla 21,5" y RAM 8GB. El precio de este equipo en Alkosto es de \$4,339,000
- Computador PC All in One ASUS- V22, con procesador Intel Celeron, disco duro 1TB, pantalla 21,5" y memoria RAM 4GB. El precio en Alkosto es de \$1,279,000.

Software para radiodifusión

Un software de radiodifusión toma el audio del computador y lo traslada a la estación de radio en línea, existen diferentes tipos de software y estos se usan dependiendo del computador en el que se trabaje, dado que algunos son exclusivos del sistema Windows y otros del sistema iOS.

Dominio y Hosting

Para tener un sitio web es necesario contar con un dominio, este es la dirección a la cual se dirigirán las personas para poder acceder al sitio web. El hosting por su parte es el lugar en el cual se aloja toda la información y archivos del sitio web.

La plataforma GoDaddy presta ambos servicios por \$27.089 pesos al mes. Esto incluye la creación de sitios web ilimitados, ancho de banda y almacenamiento ilimitado, dominio gratis con un plan anual y correo comercial gratuito por un año.

Micrófonos

Juan David Rodríguez, director de la emisora web OndaUAO, por su parte comentó la elección del tipo de micrófono y marca exclusivamente de lo que busquen y de las condiciones acústicas del espacio. En este documento proponemos las siguientes marcas y referencias para los micrófonos:

- Marantz Professional MPM-1000 con las siguientes características:

Cardioid Condenser Microphone with Windscreen, Shock Mount & Tripod Stand (18mm/XLR Out), se pedirían dos unidades de este micrófono con un precio unitario de 45.99 USD, siendo en pesos colombianos un total de \$276,032 tomando como referencia precios de Amazon.com.

Filtro para micrófonos

Este se pide con el objetivo de evitar fallas en la vocalización en el momento de grabar y transmitir programas de radio; para este presupuesto se escogió la siguiente marca de filtro para micrófono:

- Aoqueo, con las características:

Pop Filter Mask Shield, pantalla de doble efecto Wind Layered con un clip de cuello flexible Gooseneck de 360 ° Brazo estabilizador para grabaciones premium, transmisión, transmisión continua y canto. Este se pediría en dos unidades, con un precio de 6,99 USD cada uno, y un precio total en pesos colombianos de \$41,954, tomando estos precios de la página Amazon.com.

Consola de sonido

Con respecto a las consolas de sonido, Rodríguez comentó “Hay muchas consolas que varían de precios según sus características, pero estas características dependen exclusivamente de lo que ustedes estén buscando”. Algunas de las marcas recomendadas fueron Behringer, PreSonus, Peave.

- Behringer XENYX X1204USB, sus características son :

Mezclador Premium de 24 entradas y 4 o 2 buses con compresores XENYX Mic Preamps, ecualizadores británicos, procesador multiefectos de 24 bits e interfaz USB / audio.

Ésta consola se pediría en dos unidades, siendo el costo individual de 345.99 USD, y el total de los dos equipos en pesos de \$2,076,632, siendo estos precios tomados de Amazon.com.

Audífonos

Permite que los locutores escuchen lo que están transmitiendo. Marcas referencia: Sennheiser, Sony.

Audífonos Sony con características Sony MDR7506 Professional Large Diaphragm Headphone, en dos unidades, con un precio unitario de 69.99 USD y un precio total en pesos colombianos de \$420,080; estos precios tomados de Amazon.com

Normativa Legal

En Colombia, OSA (Organización Sayco y Acinpro) es la encargada de hacer los recaudos de derecho de autor y conexos, esto con la autorización de la Dirección Nacional de Derecho de Autor. Así pues, esta entidad regula el uso y reproducción de obras musicales cuando se quiere hacer comunicación pública de estas a fin de agregar valor a una actividad o establecimiento.

La regulación para emisoras se hace a través de un manual de tarifas creado por la OSA; de acuerdo a este, dichas tarifas se aplican de manera proporcional a los ingresos generados con la utilización de las interpretaciones, sin embargo se hace la siguiente aclaración:

De no ser viable la liquidación tarifaria con base en los ingresos operacionales o en el evento de que realizada la misma (liquidación sobre ingresos operacionales) sea inferior a

las tarifas mínimas previstas en el presente reglamento, serán estas últimas las aplicables para cada caso concreto y particular (Organización Sayco y Acinpro [OSA], S.F)

A partir de lo anterior, se pasa a revisar la tarifa dispuesta para emisoras online. Cabe aclarar que existe un tarifa para emisoras comerciales educativas, sin embargo esta es aplicables sólo a aquellas que se transmite a través de ondas hertzianas ya sea a través de Amplitud Modulada (A.M) o Frecuencia Modulada (F.M).

La tarifa para emisoras online se encuentra definida en el capítulo V titulado *Entorno Digital* de este reglamento de tarifas, se encuentra como Webcasting, definiendo este de la siguiente manera:

Difusión de contenidos digitales multimedia a través de internet. Es también conocido como streaming directo; se denomina así porque no hay interactividad, es decir no hay selección a criterio del visitante, no playlist, no download. La emisora online permite la transmisión de audio en tiempo real a través de internet. Los usuarios no pueden interactuar con el sitio de origen de la señal ya que no se da una conexión bidireccional. (OSA, S.F)

Para este caso, el manual afirma que la tarifa para emisoras virtuales corresponde al ocho por ciento (8%) de los ingresos generados el mes anterior, y en caso de no existir dichos ingresos o que su liquidación y hallazgo sea compleja, es decir estar menor a dos salarios mínimos; la tarifa mensual a cancelar sería por el valor de dos salarios mínimos legales vigentes.

Así pues, para la creación de la emisora se debe tener en cuenta lo anterior, y añadir al presupuesto el pago de dos salarios mínimos legales vigentes mensuales para la reproducción de contenido sonoro y musical en la emisora.

Metodología

El trabajo de campo realizado en este proyecto consistió en varias actividades, cuya finalidad era la recolección de datos. A continuación, se explicará en qué consistió cada una de las actividades y los hallazgos claves que se encontraron en ellas:

1. Entrevistas a profundidad:

Se realizaron cuatro entrevistas a profundidad las cuales aportaron información valiosa para el desarrollo de este proyecto, en ellas se manejaron dos enfoques diferentes, donde 3 de ellas fueron dirigidas a los directores de las diferentes emisoras de universidades que ya cuentan con una, y la otra fue con el Doctor Francisco Piedrahita, Rector de la Universidad Icesi. Las tres primeras entrevistas se realizaron a los directores de las emisoras Onda UAO, de la Universidad Autónoma de Occidente; Univalle Estéreo, de la Universidad del Valle, y por último, La Radio USC, de la Universidad Santiago de Cali.

Hallazgos:

- David Rodríguez, director de Onda UAO, afirmó que los usuarios de emisoras online no son los mismos a los que escuchan las emisoras F.M. por lo que son usuarios que mantienen frente a un computador y lo que se les va a ofrecer debe ser algo más que sonoro.
- Según David, “hacer radio no es únicamente de comunicadores”, con ello se obtuvo que para Icesi no sería un problema el no contar con la carrera de comunicación social, para el montaje de una emisora en la misma, pues teniendo estudiantes que sepan claramente sobre un tema y una pequeña asesoría en la forma de comunicar, es suficiente para la realización de contenidos y programas en una emisora.

- La realización de monitorías pagas dentro de una emisora motiva a los estudiantes a participar como colaboradores de la misma, en cuanto a asuntos administrativos como de contenido, dependiendo de la tarea asignada.
- Helier Hernández comentó que estas emisoras deben realizar programas dirigidos a promover la cultura, ciencia, tecnología, es decir, buscan ser formadoras de audiencias críticas.
- La cantidad de programas de una emisora depende de las políticas de la universidad y un manual de estilo de la emisora, en donde quede como políticas de la misma el vocabulario que se debe utilizar, el cual debe ser formal y educativo, los géneros musicales que se pondrán, y establecer un número de personas para el funcionamiento de la misma.
- Las emisoras brindan valor agregado a las universidades que cuentan con una, dado que es un medio de comunicación muy importante, y al ser propia, puede generar mayor reconocimiento tanto de la universidad, como los eventos de la misma.

Por otro lado, se realizó una entrevista con el Doctor Francisco Piedrahita, en la cual se comentó sobre la propuesta de montar una emisora en la Universidad Icesi, llamada Icesi Estéreo. Por otra parte, se analizó el presupuesto de los equipos necesarios para el funcionamiento de la misma, y la posibilidad de llevarla a cabo en un mediano plazo.

Hallazgos:

- El Doctor Francisco Piedrahita mostró gran interés sobre ésta propuesta, pues se tiene en planes un proyecto interesante dentro de la universidad, el cual se complementaría muy bien con una emisora.

2. Encuestas virtuales

Las encuestas se realizaron en la plataforma de formularios de Google, previamente se discutieron las preguntas con Edgar Sarria, tutor de este proyecto de grado, y Tomás Lombana, profesor de investigación de la Universidad Icesi; con el fin de analizar la pertinencia y el valor de las preguntas dentro de dicha encuesta.

La encuesta fue dirigida a estudiantes de todos los programas de pregrado y todos los semestres de la Universidad Icesi; el objetivo de ésta, consistía en encontrar las posturas de los estudiantes hacia las emisoras y programas radiales virtuales y tradicionales, emisoras universitarias, y la creación de una emisora web en la Universidad Icesi.

Encuesta a estudiantes de Icesi

Posterior a la retroalimentación hecha por los profesores Sarria y Lombana, se envió la encuesta a través de los correos institucionales de las facultades de la Universidad; para esto, fue necesaria una revisión previa por parte de las secretarías de cada facultad.

El total de respuestas recibidas fue 156; todas las preguntas plasmadas en la encuesta se encontrarán en la parte de “Anexos” de este documento, sin embargo se pondrán algunas de las consideradas más relevantes en esta sección, con el fin de realizar un análisis de éstas, sus resultados y los hallazgos.

Postura de los estudiantes hacia emisoras y programas radiales

La finalidad de este objetivo era saber si los estudiantes de la Universidad Icesi hacen uso de la radio con fines culturales, informativos o de ocio, siendo este hallazgo de gran interés ya que idealmente serían ellos el público objetivo de una emisora de la Universidad Icesi.

Para hallar este objetivo se formularon preguntas tales como:

- ¿Escucha emisoras de radio?

A esta pregunta, el 84% de los encuestados (131 personas) respondió afirmativamente, mientras que el 16% (25 personas) respondieron negativamente.

- ¿Qué tipo de contenido le gustaría escuchar en una emisora?

En cuanto a música, los encuestados preferían escuchar un contenido musical variado en las emisoras, entre las respuestas se sugerían diferentes géneros (esto basado en el gusto de cada encuestado), algunos de los mencionados fueron: música en inglés, reguetón, salsa y música colombiana. También, sugerían que se reprodujera música “diferente” a la comercial, reproduciendo canciones nuevas e innovadoras.

Con respecto a contenido informativo, las respuestas de la encuesta giraron en torno a la transmisión de noticias de actualidad, política, debates, anécdotas de estudiantes, programas de historia y cultura, consejos y contenido paranormal.

- ¿Conoce emisoras universitarias?

Ante esta pregunta, el 76,4% de los encuestados respondieron afirmativamente; el 23,6% por el contrario dijo no conocer este tipo de emisoras.

- ¿Qué opina de las emisoras universitarias?

En esta pregunta, las respuestas eran muy variadas, la mayoría expresaban que consideraban a las emisoras universitarias como interesantes y con un buen contenido informativo y musical; asimismo, algunos afirmaron no haber escuchado estas emisoras o no considerarlas de su gusto.

Algunas de las respuestas que aportaron *insights* para este proyecto fueron:

- *“Son muy buenas, su contenido es más entretenimiento musical.”*
- *“Me gustaría tener una en Icesi, son entretenidas.”*
- *“Javeriana es muy buena, me gusta porque no hablan de cualquier cosa, también informan.”*
- *“Me parece una buena estrategia de posicionamiento para la universidad.”*
- *“Me gustaría escuchar una emisora propia de mi universidad.”*

- ¿Cree que el hecho de que una universidad tenga emisora, le agrega valor a la universidad?

En este punto, el 81,1% de los encuestados afirmaron que el tener una emisora agregaba valor a la universidad; en cambio, el 18,9% de las personas encuestadas opinaron que el hecho de tener una emisora no agrega valor a la universidad.

- A continuación, se pedía a los encuestados la razón de su anterior respuesta, quienes realizaron una respuesta afirmativa contaban con argumentos como:
 - *“Le da mucho más renombre y recordación a la marca, además puede ayudar a sus estudiantes a formarse en el ámbito de la comunicación radial.”*
 - *“La hará una universidad más independiente en el sentido de nuevas noticias y periodismo.”*
 - *“Permite que los estudiantes de música conocer el campo de las emisoras y adicional genera publicidad para la universidad.”*
 - *“Muestra la versatilidad de la universidad.”*
 - *“Permite una mayor difusión de la información, permite la fomentación de la música, y en general agrega un plus a la manera en cómo se pueden relacionar los estudiantes entre sí o con la universidad, a través de la promoción de actividades.”*

Por su parte, las razones para aquellas respuestas negativas fueron:

- *“Es solo un canal más de comunicación.”*
 - *“No, porque no es el fin de una universidad.”*
 - *“No, pues solo da valor a aquellas con la carrera de comunicación.”*
- ¿Le parecería interesante que la Universidad Icesi contara con una emisora universitaria?

Ante esta pregunta, el 92,4% de los encuestados contestaron afirmativamente, frente a un 7,6% que no considera interesante el contar con una emisora universitaria en Icesi.

A partir de las anteriores respuestas, se observa una aprobación e interés por la mayoría de la muestra de estudiantes frente a la creación de una emisora en la Universidad. Así pues, se puede inferir que la comunidad acogería la idea de la realización de ésta.

3. Grupo focal:

Se llevó a cabo un grupo focal con cuatro estudiantes de la Universidad Icesi, los cuales se dividían en dos hombres y dos mujeres de distintas carreras. Dicha reunión, se llevó a cabo en un espacio apartado dentro de las instalaciones de la Universidad, para una mejor concentración.

Hallazgos:

- Los estudiantes solo escuchan emisoras cuando van en el carro, de las cuales son más comerciales como La Mega, La X y Mix. Sin embargo, afirman que también escuchan algunas emisoras universitarias como Javeriana Estéreo y Univalle Estéreo.
- El factor principal para que les guste una emisora es la variedad de música.
- No escuchan programas de radio informativos o académicos, sino más bien musicales o de farándula y entretenimiento.
- Los estudiantes relacionan el tener una emisora en la universidad con una carrera de comunicación social, pues ven este medio de comunicación como algo más musical.
- Parece un factor llamativo para la universidad, pues permitiría autonomía en la difusión de los eventos de la universidad, y además agregaría valor en cuanto a reconocimiento para la misma.
- Los estudiantes presentan interés en participar de la emisora.

Anexos

Entrevistas universidades de la competencia:

Entrevista a Juan David Rodríguez, director de la emisora Onda UAO.

Nace por una asignatura llamada “Taller de Comunicación y Radio”, la cual dejó la inquietud en los estudiantes de cómo poder transmitir información y por qué medio transmitirlo. La Universidad Autónoma de Occidente es de las más reconocidas en cuanto al periodismo y por tanto, fue importante llevar a cabo la realización de una emisora universitaria; pues de esta manera, los estudiantes de Comunicación Social y otras carreras podrían explotar sus habilidades de expresión. Los estudiantes decidieron llevar a cabo una emisora web, pues la universidad les dio la aprobación y apoyo para realizarla.

Juan David afirma que, “los usuarios de emisoras online no son los mismos a los que escuchan las emisoras F.M., por lo que son usuarios que mantienen frente a un computador y lo que se les va a ofrecer debe ser algo más que sonoro”. Por ello, en Onda UAO se puede encontrar fotos, textos, video, audios en vivo, podcast, etc.

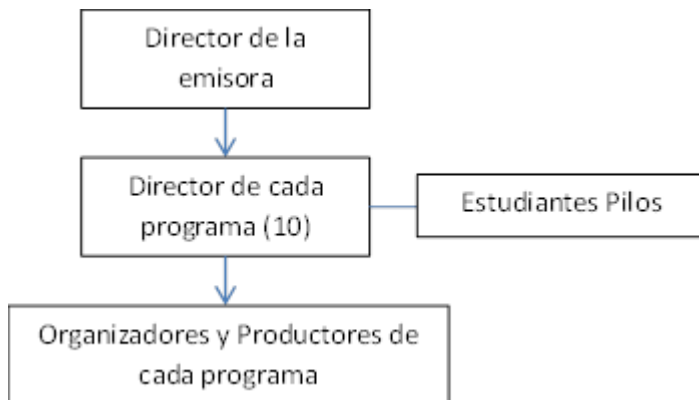
Por otra parte, la tecnología ha avanzado y ahora no sólo manejan su emisora online, sino que, también, hacen videos *Facebook Live*, en donde transmiten diferentes programas que han permitido llegar a diferentes audiencias de manera más rápida, con un total de 20.000 personas conectadas aproximadamente.

Funcionan con 55 estudiantes voluntarios y las producciones son exclusivamente hechas por estudiantes, pues este es un espacio de profesionalización de los estudiantes y de experimentación sonora. Además, existe un programa llamado “pilos” que consiste en que los estudiantes que de alguna manera se les dificulte costear la universidad y tengan un promedio alto, se les da la oportunidad de realizar monitorias y estas sean pagadas por la universidad por medio de descuentos en su matrícula.

Respecto a lo anterior, Juan David expresa que “hacer radio no es únicamente de comunicadores, cualquier estudiante de cualquier carrera puede hacer radio, simplemente se requiere de una asesoría a la hora de hablar y realizar los programas de la emisora para que hable de lo que sabe y le gusta”. Por ello, la emisora es un valor agregado que le ha beneficiado a las mayorías de los estudiantes, de diferentes carreras para su desarrollo profesional.

La emisora pertenece a la dependencia del centro de producción de medios, donde se encuentran los programas de televisión “Tiempo Real” en Telepacífico, el periódico de la universidad “El Giro”, la agencia de publicidad “Tienda de campaña”, el canal de la universidad “UAO play”, etc. de esta manera la comunicación se encuentra estandarizada entre todos los medios.

Organigrama



Programas: Transmisión 24/7

- La mayoría del contenido transmitido es musical, dada la dificultad del tiempo de los estudiantes.
- Producción propia: 10 programas de todo tipo. Arte, música, deporte, política, cultura, etc.
- Intercambios: con otros medios a nivel nacional e internacional que pueden tener afinidades tanto de manual de estilo como de política editorial con ellos.

- Sirve para darle difusión a los programas y proyectos de ellos
- Sirve para poder tener más variedad de programación, obteniendo contenido de otra parte.

Géneros musicales: Rap, hip hop, pop.

El manual de estilo y la política de editorial de la universidad van ceñidos a no sobrecargar temas de política, religión, grupos minoritarios, para evitar inconvenientes.

Realizan programas específicos para audiencia de nicho: punk, metal, etc

Para el contenido del programa realizaron encuestas y grupos focales, los cuales ayudaron a determinar los segmentos primarios, secundarios y terciarios a los cuales se dirigen.

Equipos: micrófono, consola, computado a través de un punto de red manda ese dato a un satélite, software que permita conexión, señal y demás.

Valor agregado: la emisora brinda un plus a la Universidad Autónoma, por su reconocimiento en comunicación social. Pues el retorno a la inversión para ellos son los premios que han ganado con sus estudiantes y profesionales.

Entrevista a Helier Hernández, director de la emisora Univalle Estéreo.

Helier empezó contando que la emisora según la clasificación del ministerio TIC era una emisora de interés público, es decir, es una emisora entregada a una entidad oficial (Universidad del Valle), según la normatividad, estas emisoras deben realizar programas dirigidos a promover la cultura, ciencia, tecnología, es decir, buscan ser formadoras de audiencias críticas.

Historia: Nace en 1995, realiza programas culturales y educativos, es un medio articulador entre la academia y la sociedad.

Red de Radio Universitaria de Colombia: fundada hace 15 años, más de 70 emisoras afiliadas. Univalle Estéreo aportó el manual de estilo de la emisora a esta red, dicho manual cuenta con la normatividad, código de ética, tipos patrocinios, tipo de contenido, entre otros.

Programación: La emisora cuenta con 42 programas y 129 personas que trabajan en ellos, profesores, estudiantes, egresados y algunos profesionales de la radio. Muchos hacen los programas por hobby, la radio pone el espacio y ellos ponen su conocimiento. Hay 7 personas que trabajan de planta (operadores, grabadores, administración y comercial).

Géneros musicales: música colombiana, andina, del mundo, jazz, brasileña, anglo, pacífico, metal. La mayoría de melómanos y coleccionistas participan en la creación de programas.

Series radiales: han ganado reconocimientos y premios tanto nacionales como internacionales. Series para ministerio de culturas, entidades públicas y privadas (plan por la niñez).

Cobertura: Con 10 kilovatios, cubre todo el suroccidente (Hasta Tuluá y Popayán) menos Buenaventura. Desde 1995, transmite en internet y desde el 2015 cuenta con una aplicación.

Equipos y estudio de emisión

Estudio de emisión máster: requiere equipos para programas musicales, recibir llamadas, ecualizador de sonido, programas de contenido, transmisiones, equipo de computo, micrófonos, consola de 16 canales, mesas para los programas, servidor en línea, computador en windows para archivar cada programa (el ministerio exige que los programas se guarden al menos 2 meses en archivos digitales para tener evidencia en caso de que ocurra una queja o reclamo). Con el computador se puede arreglar el sonido.

Cabina de locución: fibra de vidrio en techo, puertas, muros gruesos, vidrios (tres) inclinados para no oír desde afuera y que desde adentro no rebote el sonido en el micrófono.

Dentro de la cabina: 5 micrófonos, computadores, mesa, televisor.

Reproductor de discos de vinilo: algunos invitados tienen su música en vinilo y es necesario reproducirla ahí y después arreglarla en el computador.

Target: audiencia entre 18 hasta 80 años.

Máxima audiencia: personas de 25 a 45.

Emisora universitaria: contenido cultural y educativo.

Segmentación de los programas: sábados y domingos en la mañana se hacen programas culturales, en la tarde contenido musical y en la noche programas de música clásica.

Entre semana música anglo, pop, rock, éxitos en español, con algunos segmentos informativos.

Los estudiantes de esta y otras universidades pueden participar en la creación de contenido y hacer prácticas.

Factor de diferenciación: Producción, son los primeros con dinámicas de producción en radio universitaria, producción llamativa. Dinámicas de la radio comercial pero sin salir de la esencia.

Estudio de grabación y producción de guiones:

Grabación, edición, montaje de cortinas.

Importante: Helier mencionó que otro de los factores que hacía diferente a Univalle Estereo de emisora comerciales es la inclusión, libre expresión con respeto y equilibrio de la información que buscan implementar en todos sus programas.

Entrevista Leiniker Montoya, director general de Radio USC:

La Radio USC surge en el 2007 con la necesidad de articular a todo el centro de medios con el que contaba la universidad, dentro del programa de Comunicación Social y Publicidad de tener un medio radial. Es entonces, donde la universidad Santiago de Cali se le mide al medio radiofónico pensándolo desde lo digital, para manejar una emisora online.

Este proyecto fue ideal para el uso práctico de los estudiantes de la carrera de comunicación, en cuanto al desarrollo formativo y los formatos de géneros periodísticos aplicados en la radio. Con esto, la emisora pasa a su siguiente etapa, en la que no solo es para el apoyo de los cursos, sino que se piensa en una programación de corte universitario para una audiencia externa, en la que se reproduce música anglo y música del mundo, apoyando así lo alternativo. También, se utiliza para reflejar aspectos de orden académico, y desde ahí se conforma la radio USC.

Por otra parte, dentro de controles internos se han estipulado que no solo generan programas los estudiantes de comunicación social y publicidad, sino también los de las demás facultades como ciencias, arte, derecho, educación, etc.

En la actualidad, se encuentran en el desarrollo de la aplicación, en donde los creadores de contenido no solo se dediquen a dar su programa, sino que les permita dejar sus investigaciones o escritos en esta plataforma, convirtiéndolo así, en un editorial propio.

Estratégicamente, se cuenta con un colectivo de producción radial, con personas que ya tienen experiencia en este medio y también estudiantes que ya están en capacidad de periodismo radial y expresión sonora.

El tipo de financiación de la emisora parte de recursos que la Universidad Santiago de Cali destina a cada área, siendo el centro de producción audiovisual los encargados del mantenimiento, compra y seguimiento de los equipos de la cabina radial. A su vez, el área de gestión tecnológica son los encargados de brindar los programas y software necesarios para la producción radial.

Así pues, es la universidad quien asume los costos de la emisora. Ésta no cuenta con patrocinios o financiación externa; sin embargo sí cuenta con espacios publicitarios para los programas, dependencias académicas de la universidad y establecimientos comerciales dentro

de la misma. Estos últimos, a modo de canje obsequian bonos y vales de almuerzos o comidas a los estudiantes que realizan sus prácticas dentro de la emisora.

Trabajadores de planta

Funcional

Dirección: Rodrigo Ruiz desde el Centro de Producción Audiovisual

Productor general: Leiniker Montoya

Producción de contenido

Estudiantes cada uno con director y editores por programa

Aproximadamente un grupo de 8 personas

Target: Con el desarrollo de la aplicación se espera consolidar la audiencia de los “santiaguinos”, llegando sobre todo a las nuevas generaciones de estudiantes que entran a la USC.

Equipos: Actualmente la emisora de la USC cuenta con:

- Dos consolas:
 - Una de ellas dedicada solamente a microfonía, ubicada dentro del estudio radial.
 - La segunda se encarga de generar el empalme de los canales de audio alternativos (dispositivos móviles, computadores alternos, etc).
- Tres computadores:
 - El primero es un receptor dedicado a grabación y edición de audio.
 - El segundo dedicado a la programación de la emisora.
 - El tercero se encuentra dentro de la cabina de grabación y es utilizado por quien esté desarrollando un programa en ese momento y necesite acceso a redes sociales o información.
- Sistema de red con buena capacidad de subida.

- Sistema de telefonía para radio con opciones de llamadas ilimitadas e internacionales.

- Amplificador
- Parlante interno de edición.
- Vidrio con doble grosor separando los equipos “master” de la cabina.
- Alimentadores de energía en casos de cortes de energía.

En el futuro próximo el sistema de audio pasará a tener un cableado interno y micrófonos inalámbricos dentro de la cabina. De igual modo se espera remodelar la cabina y convertirla en un espacio con paredes cristalizadas, permitiendo ver lo que ocurre en ella desde afuera.

También, se espera crear un estudio de sonido aparte de la cabina, donde se realizarán diferentes tipos de grabaciones para la emisora.

Tipos de Software utilizados:

En la emisora de la USC se utilizan programas con licencia oficial y no tanto con programas de descarga gratuito, los más utilizados son:

- ZaraRadio
- Adobe Audition
- Pro Tools
- Magic Audio
- Audacity

En cuanto a las licencias musicales de Sayco y Acinpro, Leiniker comentaba que no existe una regulación para emisoras web, sin embargo al ser la radio de la USC una emisora asociada a una institución universitaria prefieren pagar para autorizar el uso de canciones y derechos de autor en cuanto a sonidos. De esta parte del pago, también se encarga el centro de producción audiovisual de la USC.

Entrevista con el doctor Francisco Piedrahita, rector de la Universidad Icesi

Posterior a las entrevistas realizadas con los directores de diferentes emisoras universitarias de la ciudad, se concertó una reunión con el doctor Francisco Piedrahita, a fin de mostrar el proyecto de la creación de una emisora web universitaria en Icesi.

La reunión fue llevada a cabo el día lunes 3 de septiembre del año 2018, se presentaron los objetivos de este proyecto de grado, los análisis de las entrevistas hechas a directores de emisoras universitarias de la ciudad y por último el presupuesto necesario para empezar con el proyecto.

Así mismo, se comentaron con el doctor Piedrahita los beneficios que traería para la universidad el contar con una emisora web, tales como contar con un canal de comunicación entre la universidad y su comunidad, así como una forma de difundir los proyectos, avances y actividades que se realizaban en las diferentes facultades, programas y semilleros de la universidad, lo cual sería de gran impacto y serviría como un medio de expresión para la comunidad Icesista.

Él, por su parte, comentó su interés por el proyecto, dado que la universidad está a puertas de lanzar el programa de Comunicación Social, y sin duda la creación de la emisora será una necesidad en un futuro próximo. Afirmó que el tener este documento como avance es de gran ayuda para cuando se inicie la implementación de la emisora universitaria de Icesi, sin embargo aclaró que este proyecto no será llevado a cabo dentro de los próximos semestres, sino que lo más posible es que su desarrollo se de una vez que se empiece a implementar el programa de Comunicación Social.

Por lo anterior, una de sus recomendaciones fue la realización de una entrevista con el señor Jerónimo Botero Marino, decano de la facultad de Derecho y Ciencias Sociales, en la cual se encontrará Comunicación Social; esta entrevista con el objetivo de mostrar a él los

avances realizados en este proyecto de grado y la viabilidad de la creación de la emisora a partir de este mismo documento.

Cotización presentada al doctor Francisco Piedrahita:

EQUIPOS	Marca	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	PRECIO/UNID	TOTAL	TOTAL PESOS	FUENTE
Computador	iMac MMQA2E/A	Intel Core i5 - Disco duro 1TB - Pantalla 21,5" - RAM 8GB	\$1.00	\$4,339,000.00	\$4,339,000.00	\$4,339,000.00	ALKOSTO
Computador	PC All in One ASUS- V221	Intel Celeron - Disco duro 1TB - Pantalla 21,5" - RAM 4GB	\$1.00	\$1,279,000.00	\$1,279,000.00	\$1,279,000.00	
Consola de sonido y retorno de audio	Behringer XENYX X1204USB	Mezclador premium de 24 entradas y 4 ó 2 buses con compresores XENYX Mic Preamps, ecualizadores británicos, procesador multiefectos de 24 bits y interfaz USB / audio	\$2.00	345.99 USD	\$691.98	\$2,076,631.98	Amazon
Micrófonos	Marantz Professional MPM-1000	Cardioid Condenser Microphone with Windscreen, Shock Mount & Tripod Stand (18mm/XLR Out)	\$2.00	45.99 USD	\$91.98	\$276,031.98	Amazon
Audífonos	Sony	Sony MDR7506 Professional Large Diaphragm Headphone	\$2.00	69.99 USD	\$139.98	\$420,079.98	Amazon
Filtro para micrófonos	Aokeo	Pop Filter Mask Shield, pantalla de doble efecto Wind Layered con un clip de cuello flexible Gooseneck de 360 ° Brazo estabilizador para grabaciones premium, transmisión, transmisión continua y canto	\$2.00	6,99 USD	\$13.98	\$41,953.98	Amazon
						\$8,432,697.92	
software	Broadcasting using this tool (B.U.T.T)			99 USD al mes			
Dominio y Hosting	GoDaddy			\$27,089 al mes			

Ficha técnica

1. Persona natural
2. Encomendada por: Mariana Parra Prieto e Isabella Peña Herrera
3. Tema: Percepciones de instalación de emisora web para la Universidad Icesi
4. Universo poblacional: 6000 aprox.
5. Grupo Objetivo: Estudiantes de pregrado de la Universidad Icesi
6. Sistema de muestreo: Aleatorio simple
7. Marco muestral: Lista de estudiantes de pregrado de todas las facultades
8. Tamaño de la muestra: 156 estudiantes
9. Margen de error: 5%
10. Técnica de recolección de datos: Encuesta virtual
11. Área de cubrimiento: Universidad Icesi

Encuesta online realizada a estudiantes de la universidad Icesi

- **Objetivos del cuestionario a estudiantes Icesi**
- Conocer el nivel de interés de los estudiantes de la universidad Icesi por la creación de una emisora web universitaria.
- Conocer las preferencias del contenido a tratar (géneros musicales, temas de podcast, programas radiales) en el caso de que se crease una emisora web universitaria en Icesi.
- **Recolección de la información**
- cuestionario web
- grupo focal

Preguntas Icesi

- Carrera
(Desplegable)
- Semestre
- ¿Escucha emisoras?
Si / No
- ¿Sabe que es un podcast?
Si / No
(explicación)
- ¿Escucha emisoras en formato online o podcast?
Si / No
¿Por qué?
- ¿Qué emisoras escucha normalmente?
- ¿Qué factores hacen que le guste esa emisora?
- ¿Qué tipo de contenido le gustaría escuchar en una emisora?

- ¿Qué opina de las emisoras universitarias?
- ¿Cree que el hecho de que una universidad tenga emisora, le agrega valor a la universidad? ¿Por qué?
- ¿Le parecería interesante que Icesi contará con una emisora universitaria?
- En el caso de que existiera, ¿le gustaría participar de la emisora (creación de contenido, programas radiales, creación de guiones, etc)?
- Rango de edad
16-18 19-22 23-25 26-30 31 o más
- Género

Conclusiones

La propuesta para la creación de una emisora web en la Universidad tuvo diferentes reacciones dentro de la comunidad Icesista, estas en su mayoría positivas, sin embargo la idea creó cierta controversia al existir el imaginario de que sólo aquellas universidades con una carrera de comunicación social y periodismo son las ideales para manejar este medio de comunicación dentro de su campus.

Con respecto a ello, a lo largo de la investigación se evidenció que el tener una carrera de comunicación no es un factor determinante para la creación de una emisora, dado que los participantes de la creación y difusión de contenido radial en universidades suelen pertenecer a diferentes disciplinas, y aportan desde cada una de sus perspectivas tanto a su contenido académico como cultural.

Por su parte, aquellas reacciones positivas se sustentaron en el hecho de que los estudiantes consideran una emisora universitaria como una herramienta útil y de gran interés, teniendo en cuenta que esta le brinda un valor agregado a la institución y resulta de gran ayuda para la difusión de los diferentes eventos y actividades institucionales. En adición, las emisoras académicas son consideradas como un espacio para promover un contenido profundo y de mayor trascendencia al que se suele escuchar en la radio comercial, esto se reiteró tanto en las entrevistas con los directores de otras emisoras de la ciudad como con los comentarios recibidos en las encuestas; así el contar con este medio no sólo aporta a la universidad, sino a la construcción de audiencias críticas.

Por otro lado, se tuvo en cuenta la infraestructura que debe tener una emisora web, en cuanto equipos y espacios para la ejecución de la misma. Se realizó un presupuesto basado en precios de Amazon.com, los cuales fueron presentados junto con la propuesta al Doctor Francisco Piedrahíta, Rector de la Universidad Icesi. Reunión en la cual se obtuvo una

respuesta satisfactoria, pues al Doctor Francisco le pareció una idea muy llamativa, oportuna y viable para futuros proyectos que tiene la universidad para seguir creciendo como institución.

Finalmente, los estudiantes de Icesi se muestran interesados en contar con una emisora dentro de la institución, pues consideran que puede ser una forma de poder expresarse y comunicar a una mayor audiencia lo que saben. Por otra parte, lo ven como una forma de darle más nombre o reconocimiento a la Universidad Icesi como marca y que además los estudiantes obtengan un poco más de pertenencia por la institución.

Bibliografía

1. Banco de la República (2017). La radio en Colombia - historia. Recuperado el 6 Abril 2018, de http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/La_radio_en_Colombia_-_historia#La_radio_en_America_Latina_y_Colombia
2. Guillermo Gaviria. (2008). La radio universitaria en Colombia. Revista Javeriana, n.v, n.p. recuperado de: https://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio_universitaria_en_Colombia_-_G_Gaviria.pdf
3. Políticas para la Radiodifusión en Colombia,. (2004). Documento de política sectorial. Recuperado de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3504_documento.pdf
4. Restrepo, N (ca. 2013). Altaír es la primera emisora digital universitaria de Latinoamérica [Video]. Recuperada de <https://www.youtube.com/watch?v=slblKQTKafc>

Santiago de Cali, 27 de noviembre de 2018

Señor

Jerónimo Botero Marino

Cordial Saludo

Hacemos entrega el día de hoy del proyecto de grado: Javeriana Estéreo, Univalle Estéreo ¿Por qué no Icesi Estéreo? Creación de la primera emisora virtual de Icesi. Proyecto realizado por las estudiantes Mariana Parra Prieto e Isabella Peña Herrera del programa de Mercadeo Internacional y Publicidad; cuyo objetivo fue presentar la propuesta para la creación de una emisora universitaria en Icesi.

Esperamos que este documento sea de gran ayuda para el desarrollo de una emisora radial en la Universidad en un futuro cercano, al igual que para la implementación de esta teniendo en cuenta que está cerca la apertura del programa de Comunicación Social en Icesi.

Muchas gracias por su atención.

Mariana Parra Prieto

Isabella Peña Herrera

Estudiantes de Mercadeo Internacional y Publicidad.

Firma recibido:



Nombre: