



Índice
Preliminares
Primer bimestre
Segundo bimestre
Solucionario
Referencias bibliográficas

Comunicación Social

Modalidad Abierta y a Distancia



UTPL
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Radio y Nuevas Tecnologías

Guía didáctica
4 créditos

Ciclo **Carrera**

0 ■ Comunicación Social (Radio)

La Universidad Católica de Loja

Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades



Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades
Departamento de Ciencias de la Educación

Radio y Nuevas Tecnologías

Guía didáctica

4 Créditos

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Carrera	Ciclo
▪ Comunicación Social (Radio)	0

Autores:

Hernan Yaguana
Juan Pablo Arrobo



La Universidad Católica de Loja

Asesoría virtual:
www.utpl.edu.ec

Índice

Preliminares

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

RADIO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Guía didáctica

Hernan Yaguana

Juan Pablo Arrobo

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

 4.0, CC BY-NY-SA

Diagramación y diseño digital:

EDILOJA Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418

San Cayetano Alto s/n

www.ediloja.com.ec

edilojainfo@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

Primera edición

ISBN digital 978-9942-25-981-3



La versión digital ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada.

creativecommons.org

30 de octubre, 2020



2. Índice

[Índice](#)[Preliminares](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

2.	Índice	4
3.	Introducción	7
4.	Bibliografía	10
4.1.	Básica	10
4.2.	Complementaria	10
5.	Orientaciones generales para el estudio	12
6.	Proceso de enseñanza aprendizaje para el logro de competencias	16

PRIMER BIMESTRE

UNIDAD 1. NUEVA ECOLOGÍA DE LA RADIO 16

1.1.	Para contextualizar la historia de la radio	17
1.2.	La radio en Latinoamérica	18
1.3.	La radio en Ecuador	19
1.4.	La radio y la tecnología	21
1.5.	Interfaces radiofónicas: de la galena a las pantallas	22
1.6.	El ordenador en la radio	23
1.7.	Nueva narrativa radiofónica	24
1.8.	Radio multiforme	27
1.9.	El usuario como protagonista	28
1.10.	La radio visual	28
	Autoevaluación 1	32

UNIDAD 2. LAS PANTALLAS A LA RADIO 35

2.1.	Definiciones de la pantalla	37
2.2.	Pantallas y medios de comunicación	38
2.3.	Evolución del receptor de la radio	40
2.4.	Pantallas por todos lados	41
	Autoevaluación 2	44

UNIDAD 3. RADIO Y REDES SOCIALES	47
3.1. Tipos de redes sociales	48
3.2. La radio y el mundo digital	49
Autoevaluación 3	54
UNIDAD 4. RADIO E HIPERMEDIA	57
4.1. Futuros descubrimientos	57
4.2. La industria tecnológica y la radio	58
4.3. Nuevos pasos hacia el futuro de la radio	59
4.4. Hipermedia radial	61
4.5. Hipermedia y producción radiofónica	61
SEGUNDO BIMESTRE	
UNIDAD 5. PODCAST	66
5.1. Origen etimológico	66
5.2. Definiciones	67
5.3. Como crear y distribuir podcast	69
5.4. Uso del podcast	70
5.5. Tipos de podcast – Clasificación según su contenido	70
5.6. Aprender y enseñar con podcast	72
5.7. Puntualizaciones finales	72
Autoevaluación 5	75
UNIDAD 6. ELEMENTOS PRINCIPALES DE LA RADIO EN INTERNET	78
6.1. El titular	78
6.2. La fotografía	80
6.3. Autor - lector	81
6.4. Socio – media	81
6.5. El texto en la radio	82
6.6. El video en la radio	82
6.7. Evolución hacia la marca	82
Autoevaluación 6	85

Índice

Preliminares

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

UNIDAD 7. GAMIFICACIÓN EN LA RADIO	88	Índice
7.1. Audiogames en la radio	89	
7.2. Variedad de audiogames	90	Preliminares
Autoevaluación 7	93	
7. Solucionario	97	Primer bimestre
8. Referencias bibliográficas	112	Segundo bimestre
		Solucionario
		Referencias bibliográficas



3. Introducción

La asignatura de Radio y nuevas tecnologías es una materia que se oferta desde la titulación de Comunicación Social a través de la Modalidad Abierta y a Distancia, tiene una valoración de cuatro créditos académicos.

La asignatura tiene como propósito contribuir a la formación profesional de los estudiantes de las diversas carreras que desean conocer una de las herramientas de comunicación más accesible que actualmente tiene la sociedad, la radio. Para lo cual se le brindará una formación sobre la base de los conceptos fundamentales sobre la producción, técnicas y las nuevas tecnologías de la radiodifusión, poniendo principal énfasis en la evolución de la radio analógica a la digital.

Esta asignatura es de gran importancia en la formación profesional de personas de cualquier campo de la ciencia o disciplinas, pues, le ayudará a conocer: herramientas, técnicas y mecanismos de producción y difusión sonora. Entre los temas que se abordarán están: los principios básicos de la comunicación sonora, guion, podcast, audiojuegos, radio e hipermedia, emisión en vivo, etc. Además, brinda al estudiante un aprendizaje teórico - práctico para el desarrollo de los diferentes géneros periodísticos, los mismos que involucren un trabajo de preproducción, producción y postproducción que el profesional en formación utilizará en su rol de difusor de lo su profesión.

Así estudiaremos el ecosistema radiofónico, explicando el salto de este medio de comunicación tradicional a las pantallas, que responde al contexto actual en donde nos enfrentamos a una nueva forma de consumo de medios, a un periodo caracterizado por el cambio constante, en donde se evidencia las transformaciones que a lo largo de la historia ha surgido y continúan surgiendo en la Radio.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Por ello, la materia desarrolla cuatro unidades para el primer bimestre, la primera que se refiere a la historia de la radio y presenta una mirada desde la aparición de este medio de comunicación a nivel mundial, latinoamericano y finalmente de nuestro país, Ecuador. Una vez contextualizada la historia de la radio análoga, el texto básico nos muestra cómo a través de la incorporación de diversos elementos digitales, la radio da un gran salto a la pantalla. La segunda unidad se refiere a las pantallas en el mundo de la comunicación, en este sentido se presenta un recorrido detallado de la evolución e incidencia que han tenido éstas en los mass media, obligándolos a transformarse e incorporar nuevas herramientas que efectivicen su misión.

En la unidad tres, se presenta la radio y las redes sociales, en donde se muestra las características y ventajas que adquiere el medio radiofónico al insertarse en redes.

La unidad cuatro está dedicada al estudio de la hipermedia, en donde se muestra desde la conceptualización básica de la misma, hasta cómo esta influye en los procesos de producción radiofónica.

En el segundo bimestre también abarcaremos cuatro unidades. En el capítulo cinco del texto básico denominado “Podcast”, se presenta un estudio pormenorizado de todos los aspectos, de este elemento de la radio digital, que debe conocer para desarrollar sus propios productos.

En la sexta unidad trataremos los principales elementos de la radio en Internet, entre los que destacan, el texto, el video, la fotografía, entre otros.

En la séptima y octava unidad “Gamificación en la radio” usted estudiará un tema que quizá no le es ajeno, nos referimos a los juegos, videojuegos y una propuesta actual, los audiogames. Hemos ampliado a cuatro semanas pues usted aquí a más de construir audiojuegos aprenderá a utilizar una técnica que actualmente es muy interesante dentro de la comunicación como es la inteligencia artificial aplicada al sonido. También dentro de estas semanas aprenderá a crear historias para juegos, es decir a centrarse en la narración lúdica

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Estamos seguros que esta asignatura impulsará el espíritu nato que tenemos todos los seres humanos de comunicadores, y le dará más razones para ampliar el conocimiento que usted adquirió en la carrera que sigue. Recuerde que para alcanzar una formación integral es necesario desarrollar todas las actividades de aprendizaje propuestas en esta guía, por ello lo motivo a seguir, paso a paso cada una de las mismas.

Felicitaciones por su decisión de participar en este proceso de formación, le deseamos el mejor de los éxitos. Recuerde que el premio al esfuerzo es el triunfo.

¡Bienvenidas y bienvenidos a explorar a un medio de comunicación que se mantiene vigente!

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)



4. Bibliografía

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

4.1. Básica

Yaguana, Hernán. (2018). El ecosistema radiofónico: de la radio tradicional a las pantallas. Portugal: Media XXI.

Información general del texto:

Dentro del ecosistema radiofónico podemos divisar un sinnúmero de alteraciones, innovaciones, y adopciones que la radio va tomando de otros medios. No es nada fácil descifrar cuál es el horizonte a seguir para su adaptación dentro del nuevo sistema, pues estamos en el limbo entre la finalización de una era y el inicio de otra, lo malo es que ni la una acaba definitivamente ni la otra se asienta en su totalidad. Navegamos entre posturas ideológicas severas, por un lado, las que se resisten al cambio, y por otro, las que son demasiadas radicales y dan por muerto al medio. En el punto central de esos extremos hay que guardar la compostura y mirar con cierta sensatez los posibles futuros del sistema radiofónico. Queda de misión resolver conceptos y prácticas del ayer con las de hoy, enhebrar entre un pasado memorable y presente vertiginoso, creo que ahí está el umbral de la radio actual, y es por donde debemos empezar a transitar cuanto antes. De esto es lo que se encarga de explotar la presente obra.

4.2. Complementaria

Pousa, Xosé & Yaguana, Hernán. (2013). La radio, un medio en evolución. Comunicación social ediciones y publicaciones: España.

Información general del texto:

Es una obra de texto que sintetiza de forma ágil todo el recorrido que hasta la fecha el fenómeno de la radiodifusión, con el valor añadido que sus autores lo

hacen desde la mirada latinoamericana y europea, lo cual crea interesantes contrastes y puntos de vista.

Delgado, Washington & Yaguana, Hernán. (2014). 85 años de la radiodifusión ecuatoriana. Colección Intiyan, ediciones Ciespal: Ecuador.

Información general del texto:

Una obra completa que nos ofrece una fotografía muy interesante de la radio en Ecuador. Nos brinda información acerca de las primeras emisoras, sus características, las cinco décadas de la radio en el país, posteriormente se efectúa un estudio actual sobre el comportamiento de la empresa radiofónica en el país; hasta llegar a describir el impacto que tiene la radio digital y la radio web.

Grijalva, Armando & Yaguana, Hernán. (2019). La brújula sonora: la radiodifusión ecuatoriana en el siglo XXI. Abya Yala: Ecuador.

Información general del texto:

El libro expresa la búsqueda de la identidad radiofónica del Ecuador. A través de los datos expuestos en cada uno de los artículos, los autores se proponen hacer una radiografía contemporánea de la radio de este país. El texto toca temas como la llamada bitcaster (o radio por internet), la radio universitaria, la Ley Orgánica de Comunicación, la mutación del aparato receptor a la pantalla, la segmentación de las audiencias, la migración de los jóvenes a nuevas plataformas de difusión acústica, pero, sobre todo, revela una realidad ancestral propia de los países de América Latina: la concentración y poder de los medios **comerciales** amparados por el Estado con legislaciones que los privilegian. La presencia de grupos hegemónicos y subalternos están representados también en la radio.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



5. Orientaciones generales para el estudio

Para lograr los resultados esperados en la asignatura, emplearemos dos métodos: Aprendizaje por indagación y aprendizaje basado en TIC.

Aprendizaje por indagación. Desde el inicio de la asignatura le plantearemos al estudiante que analice cómo el sonido y la radio pueden adaptarse a los nuevos **contextos** comunicacionales que vivimos en el siglo XXI. Interrogante que le creará enormes inquietudes que, a la vez, se convertirán en alicientes para ir aportando soluciones. Desde esa mirada, el alumno, bajo la orientación del docente y de los recursos que la asignatura ha dispuesto, externalizará todas esas grandes ideas a través de preguntas y de la indagación constante. También servirá para que busque con interés, penetrando en el fondo de las ideas, desarrollando esa capacidad de asombro ante la realidad, analizando, entendiendo y reflexionando. Todas estas condiciones permitirán aplicar el enfoque por indagación, facilitando así la participación activa de los estudiantes en la adquisición del conocimiento y el activo de desarrollo de pensamiento crítico. Temáticamente, partiremos de la naturaleza del sonido, atravesando las diversas épocas de expansión tecnológica que ha tenido la radio, hasta llegar al momento actual.

Aprendizaje basado en TIC. Sin duda alguna la radio, junto a la televisión el periódico escrito son los medios insignes de la comunicación social, por tanto, sus estudios pueden ir desde diversos campos. La radio concretamente es tecnología aplicada a la exposición del sonido. Por eso el otro método que complementará al de indagación es el Aprendizaje basado en TIC. La radio es un medio que para su funcionamiento utiliza la técnica y la instrumentación no humana. Sus mayores avances y transformaciones parten desde allí. Con el advenimiento de las nuevas tecnologías y los cambios en los procesos de comunicación se requiere analizar la comunicación radiofónica desde la misma tecnología. Vemos cómo esa hibridación entre ciencias duras y suaves se constituye en la marca de nuestro

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

mundo, y es allí donde vamos abordar. El enfoque temático que veremos está constituido por los nuevos formatos que aparecen en esa amalgama entre radio e informática, radio y tecnología: podcast, radio hipermedia, audiojuegos, Big data y radio, radio e inteligencia artificial.

Entre los materiales que debe tener a mano están: el texto base, la guía de estudio y un cuaderno para apuntes. Si desea, le sugiero que haga de su cuaderno un texto paralelo a la guía y al libro, es una práctica enriquecedora que le ayudará a relacionar lo expuesto en la materia con su realidad. Le doy algunas pautas para que lo elabore:

¿Qué significa que el estudiante construya su propio texto?

- Que se enfrente al texto principal y a la guía del profesor con ojos críticos y creativos.
- Que realice un seguimiento tangible de su proceso de aprendizaje.
- Que adopte formas pedagógicas de apropiación de los temas propuestos en el libro principal y en la guía.
- Que amplíe el compromiso con el proceso.
- Que se obligue a observar su contexto y a extraer información del mismo.
- Que recupere expresiones de su contexto, de lo que llega a través de los medios de difusión colectiva y de otras fuentes.
- Que materialice su aprendizaje en un producto propio.
- Que se convierta en un verdadero cronista, no solo de su propio desarrollo sino también de su comunidad.
- Que se vuelva autor, redacta, hace montajes de información.
- Que disponga de un documento precioso para evaluar su propio aprendizaje.
- Que posibilite más fácilmente la aplicabilidad de los contenidos.

¿Cómo estará estructurado tu texto?

1. Por sus dimensiones será desmesurado si se lo compara con los textos corrientes. Se asemeja más a una carpeta (física o digital) de gran tamaño

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

que irá creciendo de manera permanente e imprevisible (todo acto pedagógico da lugar a lo imprevisible).

2. Por sus técnicas de elaboración no tendrá mucho que ver con el producto de una imprenta. En las grandes hojas se pegarán recortes, se harán collages, se dibujará a mano alzada, se escribirá en los márgenes, se emplearán distintos colores.... Si algo se imprimirá en todo esto es la propia personalidad.

¿Cuáles son las recomendaciones para elaborar el texto paralelo?

Construcción de conocimientos. No se está pidiendo aquí un hallazgo científico. Construir significa innovar, aplicar a otros espacios, sacar nuevos productos.

Creatividad. En más de un sentido: en la búsqueda de formas diferentes de tratamiento de contenidos, en la manera de expresarse, en la capacidad de relacionar el tema con otras áreas del conocimiento y de la práctica; en la aplicación de un concepto a distintas situaciones, en la forma del texto.

No a las respuestas tradicionales. No es permitido que un estudiante, por ejemplo, entregue tres páginas, que se limite a tomar las sugerencias como si las mismas fueran preguntas. Lo que está haciendo es cerrando las posibilidades de creatividad y de construcción de conocimientos. El texto paralelo no consistirá jamás en devolver contenidos a través de respuestas.

Contenidos mínimos. Los ejercicios sugeridos en la guía didáctica de radio, a partir de los cuales cada participante elabora el suyo, constituyen una línea que ha sido diseñada para avanzar en el sentido del aprendizaje del tema en cuestión. No se trata de escribir sobre cualquier cosa sin atenerse a un hilo conductor. De lo contrario no haría falta incorporarse a un sistema de educación a distancia. El texto paralelo pone en juego toda la imaginación y creatividad de su autor, pero dentro de una sistematicidad y rigurosidad científica.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

El texto como proceso. La elaboración del texto requiere de un esfuerzo cotidiano. Es al mismo tiempo ocupación y dedicación. Esto significa asumir con responsabilidad el propio aprendizaje. No se puede dejar el texto paralelo para los cuatro o cinco días previos a su entrega. El texto paralelo es un compromiso de madurez, en tanto instrumento educativo no significa una carga sino un modo de crecimiento. Es sólo a lo largo de un proceso como se desarrollan hábitos, se acumula información, se vive el propio aprendizaje.

El tema del texto. Cada texto paralelo tiene su tema central, por ejemplo, educación y comunicación, lenguaje, redacción, voz y locución, etc. Pero un tema puede ser enfocado desde diferentes perspectivas, según la profesión o intereses del estudiante. Así, por ejemplo, un texto paralelo elaborado por un médico que le gusta la radio, se centró, además del tema eje, en la aplicación a la salud de los niños de la calle.

El estilo. El texto paralelo le pide a cada quien que se exprese conforme a su propio ser. Y todos somos diferentes. Si a alguien se parecerá el texto paralelo, es al propio autor.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)



6. Proceso de enseñanza aprendizaje para el logro de competencias

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

PRIMER BIMESTRE

La Radio, es de gran importancia en la formación profesional de los comunicadores sociales, por la destacada trascendencia de este medio de comunicación como parte de los medios masivos y para ganar nociones que les permita desarrollarse en el ámbito de la radiodifusión, principalmente con las nuevas tendencias tecnológicas que plantean un desafío para esta industria en particular.

Estimados estudiantes, bienvenidos al estudio de la presente asignatura, ¡empezaremos nuestra primera unidad!

Desarrolla conocimientos sobre la historia de la radiodifusión.

UNIDAD 1. NUEVA ECOLOGÍA DE LA RADIO



Estimados estudiantes, en esta primera unidad realizaremos un recorrido histórico de la radio, desde las innovaciones tecnológicas que dieron inicio a este medio y hasta la radio digital, que ha ido incorporando diversos elementos multimedia que ha provocado un diálogo con los públicos.

Actividad de aprendizaje recomendada

Actividad de contacto con el docente: En el foro inicial realice su presentación y los propósitos académicos que tiene en la materia de radio: ¿Qué espera aprender? ¿Qué conoce de la radiodifusión? ¿Cómo le aportaría la radio a su futuro profesional? ¿Cómo le aportaría la radio a su futuro profesional?

¿Qué conoce de la radiodifusión?

¿Cómo le aportaría la radio a su futuro profesional?

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Para iniciar el estudio de la asignatura, es importante primero definir a que llamamos **radio**, considerada como parte de los medios de comunicación masiva, que como lo indica Yaguana (2015) es el medio “por el cual se transmite información sonora de un punto hacia un masivo conglomerado de receptores, muchos la denominan como “la telegrafía sin hilos”, es decir, se la equipara al teléfono de cable, solo que sin hilos” (p.18).

1.1. Para contextualizar la historia de la radio

Una de las innovaciones más importantes en el ámbito de la comunicación fue transmisión de información mediante ondas electromagnéticas.

Este descubrimiento dio pie para que científicos de la talla de Hertz, Maxwell, Volta, Branly, Flemming, Popov, Marconi y otros pusieran las bases de la radiodifusión, la cual se materializó oficialmente el 2 de noviembre de 1920 en Pittsburgh, Estados Unidos, con la emisión de radio K.D.K.A, primera estación difusora de una programación radiofónica programada y continua. (Yaguana, 2013, p.13)

Posterior a esta radio se crearon algunas otras emisoras como la N. B.C., R.C.A., C.B.S., entre otras. La propuesta de programación de estas radios estaba dada por música en vivo e información de evento. “El número de horas difundidas diariamente no sobrepasaba las diez. Una característica común observada en estas emisoras era la prioridad por los eventos políticos”. (Pousa & Yaguana, 2013, p.13)

A lo largo de la historia de la radio surgen momentos importantes destacados por Pousa & Yaguana (2013) en su libro *La Radio un medio en evolución*.

- **1927:** la radio experimenta la primera transmisión sonora por control remoto: fue la llegada a Washington en su propio aparato volador de Charles Lindbergh.

- **1927:** se logró registrar el sonido sobre un disco, generando así un nuevo mercado para las empresas dedicadas a la elaboración de herramientas de grabación y reproducción del sonido, dando origen a: la consola, el tornamesa, el preamplificador, el ecualizador y toda una gama de micrófonos.
- **1930:** se estima que el número de aparatos receptores en Estados Unidos era de trece millones y en Europa ocho millones.
- **1938:** la cadena C.B.S., en su programa Teatro Mercurio del Aire, emitió la producción radio teatralizada llamada «La invasión de los marcianos», adaptación sonora que incluía efectos creadores de escenas, donde supuestamente naves espaciales estaban invadiendo nuestro planeta. La producción se complementaba con aparentes noticias de último momento, entrevistas, reportajes, boletines emitidos por el departamento de estado, gritos, agitación y todo tipo de elementos sonoros que reproducían un evento fuera de lo normal.
- **1950:** la aparición del transistor, el cual le otorgó portabilidad a la radio; a partir de ese momento la radio se podía escuchar en cualquier sitio.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

1.2. La radio en Latinoamérica

A partir de las experiencias anteriores, la radiodifusión en América Latina rápidamente se despliega dando paso a:

Los primeros ensayos que se efectuaron con equipos pequeños destinados a un número limitado de escuchas que para ese entonces disponían de receptores, así lo evidencia el relato histórico de la radio en Argentina, país pionero de la radiodifusión en Latinoamérica (...) 27 de agosto de 1920, desde el Teatro Coliseo donde se difundió la ópera *Parsifal*, evento histórico que marcó el inicio de la radiodifusión regular en Argentina. (Pousa & Yaguana, 2013, p.16)

A continuación se presentan las primeras emisoras oficiales de cada país.

Tabla 1. *Primeras emisoras oficiales de Latinoamérica*

País	Emisora	Año
Argentina	Radio Argentina	1920
Brasil	Radio sociedade do Rio de Janeiro	1922
Uruguay	Radio Paradizábal	1922
Paraguay	Radio CXZ-27	1922
Chile	Radio Chilena	1923
Perú	Radio OAX	1925
Venezuela	AYRE Broadcasting central de Caracas	1926
Colombia	HJN Radio del Estado	1929
Ecuador	Radio El Prado	1929
Bolivia	Radio Nacional de Bolivia	1929

Fuente: (Pousa & Yaguana, 2013, p. 17)

Esta temática está ampliamente explicada en el texto básico, de las págs. 15 a la 20.

1.3. La radio en Ecuador

En nuestro país, la emisora que dio inicio a la radiodifusión fue radio El Prado de Riobamba el 13 de junio de 1929, constituida como no comercial. Fue creada por “Carlos Cordovez Borja, distinguido talento nacional de la electrónica, quien inventó válvulas para receptores, antenas con tubos en estrella y micrófonos de cinta, cuyas patentes fueron adquiridas por la empresa norteamericana RCA, una de las más famosas de aquel tiempo”. (Yaguana & Delgado, 2014, p. 16,17).

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Figura 1. Radio El Prado

Tomada de: Diario El Telégrafo <https://bit.ly/30gedP9>

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

En los años treinta en el Ecuador se empieza a consolidar este medio de comunicación dando origen a las siguientes radios.

Tabla 2. *Primeras emisoras oficiales de Ecuador*

Emisora	Año de inicio	Provincia
Radio El Prado	1929	Chimborazo
Ecuadoradio	1930	Guayas
HCJB la Voz de los Andes	1931	Pichincha
Radio Quita Piedad	1932	Guayas
Radio La Voz de Litoral	1933	Guayas
Radio la Voz de Tomebamba	1934	Azuay
Radio El Palomar	1935	Pichincha
Radio Américan	1935	Guayas
Radio El Telégrafo	1935	Guayas
Radio Ortiz	1935	Guayas
Radio Bolívar	1936	Pichincha
Radio Ondas del Pacífico	1936	Guayas
HIRSA	1936	Guayas
Radio La Voz del Alma	1936	Guayas
Radio La Voz de Imbabura	1938	Imbabura
Radio Nariz del Diablo	1938	Pichincha
Radio Colón	1938	Pichincha

Fuente: (Pousa & Yaguana, 2013, p. 15)

Sin duda la radio en el siglo XX fue uno de los inventos que mayor percusión tuvo en la comunicación y en la sociedad, pues “la radio más allá de ser un sistema estructurado de redes y conexiones análogas digitales es un medio de comunicación social, donde no sólo se establece una vía de comunicación, además que influye directamente en el comportamiento y direccionalidad de los hechos” (Yaguana, 2018, p. 15).

Le invito estimado estudiante a observar el siguiente video para conocer un poco más sobre la historia de la Radio el Prado, primer medio radial del país <https://bit.ly/2DcCQnm>

1.4. La radio y la tecnología

En este apartado el texto básico enfatiza la importancia de la comunicación desde siempre. Así se explica que “la comunicación es para la raza humana tan valiosa como la existencia misma del ser ‘somos producto de la comunicación’” (Yaguana, 2018, p.20)

La tecnología desde siempre ha formado parte de la radio, pues, por su naturaleza misma nace como una innovación tecnológica, tal es el caso que este medio ha ido evolucionando a la par de las TIC’s.

La radio es producto de un sinnúmero de descubrimientos de diferentes aparatos, forjados por la culminación de investigaciones llevadas a cabo en distintas perspectivas y por equipos dispersos en el mundo entero, producto de esos trabajos, fracasos, semitriunfos o éxitos hemos tenido como resultado la radiodifusión. (Yaguana, 2018, p.21)

En este contexto, se debe destacar que los diversos cambios tecnológicos han beneficiado el progreso de la radio, dotándola de herramientas para una mayor interacción con sus públicos, estableciendo así un vínculo más fuerte con el oyente, es decir fidelizándolo.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Para conocer más de esta temática deberá revisar el texto básico, en las págs. 20 a la 22. Lo invito a leer detenidamente el apartado y subrayar las ideas principales.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

1.5. Interfaces radiofónicas: de la galena a las pantallas

Diversos han sido los avances tecnológicos que desde 1920 hasta la actualidad han permitido que la radio llegue a su público. Por ello, en este apartado presentamos un breve recorrido histórico que ha permitido la decodificación del mensaje radiofónico desde sus inicios, hasta la era digital, en donde las pantallas se han apoderado de la radio.



Figura 2. Interfaces radiofónicas

Fuente: (Yaguana, 2018, pp. 23 y 24)

Como se observa en el gráfico anterior la radio ha evolucionado constantemente mejorando la calidad del sonido a través del cual llega a nosotros, ha incorporado además una serie de elementos que hoy le otorgan un valor agregado al servicio

que brinda al público. En este sentido “la radio en la pantalla adquiere movimiento complementario al sonido. Se mueve de manera multisensorial, por el mismo cambio tecnológico actual la radio ya no puede ser unisensorial”. (Yaguana, 2018, p. 23)

Esta temática está ampliamente explicada en el texto básico de las págs. 22 a la 23.

1.6. El ordenador en la radio

Antes de dar inicio a este apartado, si usted es de aquellos que nació en la época de cambio, de aquella transición de lo análogo a lo digital, de la televisión de blanco y negro a la televisión a color, etc., etc., lo invito a preguntarse:



- ♦ ¿Cómo era su vida antes del ordenador?
- ♦ ¿Cómo ha cambiado su vida a partir de la presencia del computador?

Y si usted es de aquellos que nacieron con la tecnología, lo invito a preguntarse



- ♦ ¿Cómo sería su vida sin el computador?

Frente a las diferentes reflexiones que seguramente se está haciendo, no cabe duda, que la presencia del computador es indiscutiblemente importante en nuestra vida, porque se ha incrustado en diferentes actividades cotidianas que no serían posibles si este equipo. Quizá una de las áreas en las que más incidencia ha tenido su presencia es en la comunicación y para ser más específica en los mass media. Así Yaguana (2018) explica que “el computador, aparato destinado para procesar información digital en grandes cantidades, se ajusta perfectamente a la radiodifusión” (p.24)

Ahora ya no solo se escucha, sino también la radio es mirable y leíble. El computador le ha otorgado la pantalla más interactiva que jamás se ha visto en toda su existencia, incluso nos hace preguntarnos si lo que está frente a

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

nosotros es radio, o bien estamos ante otro nuevo medio de comunicación. (Yaguana, 2018, p.24)

Frente a esta realidad de la radio, que muestra cambios constantes, evolución e inclusive algunos autores hablan de una mediamorfosis, el autor del texto básico en este apartado nos invita a reflexionar sobre el futuro de la radio y a cuestionarnos lo siguiente:



- ♦ ¿Podrá desaparecer de forma tradicional?
- ♦ ¿Se volverá una radio tv?
- ♦ ¿Puede desarrollarse como un medio soporte del resto?
- ♦ ¿Puede evolucionar con identidad propia dentro de la Red?

Sin lugar a duda, existen un sinnúmero de posibilidades del futuro de la radio, pues la pantalla solo fue el inicio, le ha seguido el teléfono móvil, el smartphone, así continuará con su proceso evolutivo para llegar a un público cada vez más exigente y diverso.

Este apartado está ampliamente explicado en el texto básico de las págs. 24 a la 26. Lo invito a revisar este contenido que le permitirá despejar las interrogantes planteadas

1.7. Nueva narrativa radiofónica

Uno de los retos que asume la radio desde siempre, es la seducción del público a través de sus diferentes herramientas y elementos. En este sentido, quizá uno de las características más destacadas de la misma, sea la narrativa, esa conjugación de los elementos del lenguaje radiofónico que provoca en el oyente una serie de sensaciones y emociones que lo invitan a vivir la historia narrada. Un ejemplo de ello, en Ecuador, fue el episodio de la “Guerra de los Mundos”. El 12 de febrero de 1949 Radio Quito, una emisora de mucho renombre, realizó el radioteatro que a decir de varios historiadores fue el más caro de la historia.

Cuando se hizo una arriesgada e imprudente radioteatralización de la novela «la guerra de los mundos» del escritor inglés Herbert G. Wells. Esta obra fue concebida y transmitida con tal crudo realismo, a través de radio Quito, que se produjo una verdadera agitación popular en la ciudad, que era tradicionalmente apacible y cordial...Improvisados cabecillas atacaron las puertas de hierro de la planta baja; lograron romper la puerta principal para penetrar en las oficinas de administración, atacantes más osados tomaron papeles para hacer pelotas y rociarlas con gasolina al grito de ¡fuego! (San Félix, 1991, citado por Yaguana, 2013, p. 26).

Pero hoy, la radio se ve tentada a dar un salto más e inclinarse con lo visual, que aporte valor a la narrativa.

Será entonces, si no lo es ya, cuando la radio, por necesidad, transforme su forma de narrar, cuando los géneros y formatos tradicionales deban ser reconstruidos, enhebrados y cocidos a partir de la mezcla multimedia. (Yaguana, 2018, p.26)

Sin embargo frente a este nuevo panorama el texto básico enfatiza que “el sonido seguirá siendo para la radio el cordón umbilical por el cual se alimente el nuevo medio, llámese como se llame”. (Yaguana, 2018, p. 27)

E inclusive, al pensar en los nuevos géneros, formatos o formas de narrar, resulta necesario pensar en “desplegar todo el esfuerzo en el lenguaje propio de la radio” y posteriormente agregarle valor a través de otros elementos que bien pueden ser multimedia. Así, en este capítulo se realiza una propuesta de cómo debe ser tratado el producto sonoro a través de un diagrama de flujo de la Ruta del sonido en Internet.

Índice

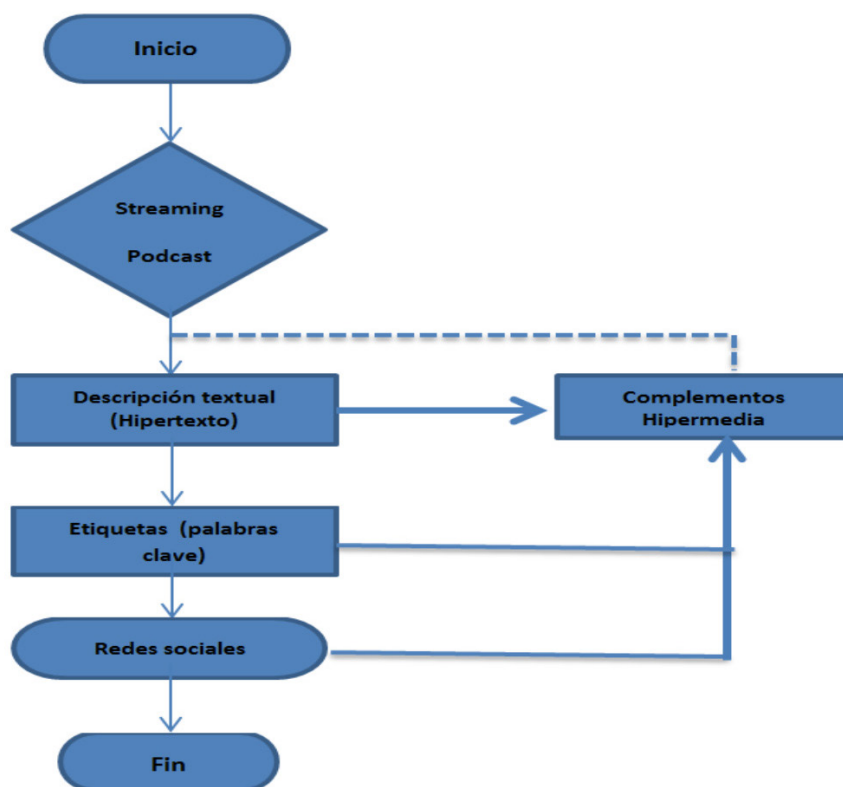
Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



- [Índice](#)
- [Preliminares](#)
- [Primer bimestre](#)
- [Segundo bimestre](#)
- [Solucionario](#)
- [Referencias bibliográficas](#)

Figura 3. Ruta del sonido en Internet

Fuente: (Yaguana, 2018, p.27)

Esta propuesta nueva de presentar el producto sonoro, permite establecer una narrativa que vincule e interactúe con el público. A continuación se presenta un ejemplo de cómo se traduciría el flujograma en un producto final



Figura 4. Ejemplo de radio multimedia

Tomada de: <http://www.carnecruda.es/category/crudoteca-2/>

De todo lo que usted observará y estudiará en este capítulo, una de las conclusiones más destacadas es como la nueva forma de hacer radio ofrece tres tipos de placeres que se citan a en el siguiente gráfico:

A fin de ampliar estas temáticas y conocer otros ejemplos a los citados en la guía didáctica, lo invito a leer el texto básico de las pág. 26 a la 30.

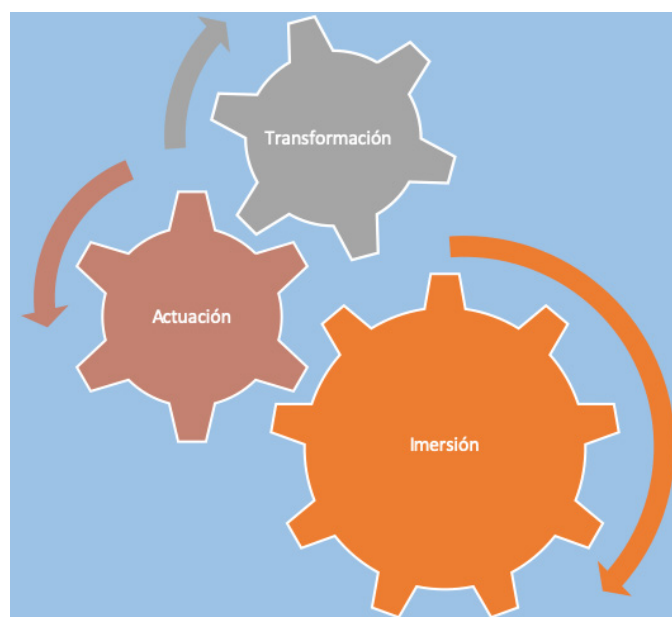


Figura 5. Ruta del sonido en Internet

Fuente: (Yaguana, 2018, p.30)

1.8. Radio multiforme

En los esfuerzos de la radio para por dejar atrás los formatos lineales, en donde el mensaje se percibe lejano y el oyente no se siente parte de la historia. Nace la idea de los formatos multiforme.

Los diversos experimentos y experiencias realizadas en el campo de la comunicación nos han demostrado que cuando el producto radiofónico expande d su historia para incluir variadas posibilidades, el radioyente adopta un rol más activo. Se siente inmerso dentro del papel de colaborador o creativo del equipo. (Yaguana, 2018, p. 31)

Esta nueva propuesta abre el campo de colaboración de los perceptores, que desean sentirse parte de la historia, que interpretan, se identifican y crean su desenlace.

Este apartado es una invitación a desarrollar formatos más interactivos, en donde la inteligencia colaborativa forme parte de la narrativa digital. Así se explica en el texto básico, en las págs. 30 a la 32 que usted debe leer.

1.9. El usuario como protagonista

En el ejercicio de reinención, la radio “ha aprendido que las audiencias cambian de forma muy rápida y que, por esto sus esfuerzos de innovación deben estar encaminados a mejorar la experiencia de los públicos que se constituyen en comunidades de relaciones en el entorno digital” (García, Martínez, Sádaba, 2016, p.268)

En la era en la que vivimos el usuario, público, o stakeholders, como se desee llamarlo, exige protagonismo, como se indicó en los apartados anteriores, el emisor cada vez controla menos los mensajes, pues es el perceptor o receptor el que define cómo y cuándo desea consumir los mensajes del medio. Así, desde la perspectiva radiofónica resulta necesario repensar en la forma de hacer radio, pues, en el trabajo radiofónico debemos incluir al público como parte de nuestro equipo, y quizá más específicamente como nuestro protagonista del programa.



El texto básico nos muestra algunas reflexiones sobre este corto apartado, que como comunicadores en formación, resulta necesario estudiarlo. Lo invito a revisar el tema en la pág. 32.

1.10. La radio visual

Desde el nacimiento de la radio se le atribuye un componente visual a este medio, que, aunque no ha estado explícito como tal, perteneció siempre como un elemento implícito, pues el sonido evoca a la imagen.



La imagen es hoy una base fundamental sobre el cual se asientan los medios de comunicación. La imagen se dirige más a la efectividad de los receptores y menos a la razón, invoca un pensamiento mágico más que lógico. (Yaguana, 2018, p.26)

En este contexto, observamos hoy, trabajos radiofónicos que han trascendido de la utilización de los elementos radiofónicos básicos, como son: la palabra, la música, los efectos y el silencio. Los trabajos radiofónicos que se han trasladado a la pantalla cuentan con elementos como: la hipertextualidad, multimedialidad, asincronismo, entre otros.

Conozca más sobre este apartado, en las págs. 33 y 34 del texto básico.

Seguro este tema le pareció fascinante, pues como ha podido comprobar el nacimiento de la radio se constituyó en un acontecimiento que cambió la historia de la humanidad, ya que este medio ha estado presente y ha aportado en etapas cruciales de nuestra historia. Así lo invito a revisar algunos de los puntos más destacados que hemos aprendido en esta primera unidad:

- De los años 20 hasta mediados de los 50 la radio se constituyó en una de las mejores escuelas de enseñanza, participación, aprendizaje y reproducción de la sociedad.
- La credibilidad de la radio era discutible, todo lo tratado por la radio era lo cierto, lo otro era dudable y discutible (...) se había convertido en la droga más adictiva de los años 30.
- De todas las formas de expresión sonora empleadas por la radio, fue el teatro sonoro quien mejor desarrolló la emotividad, despertó el sentimiento en la audiencia e incentivó a soñar, a trasladar a las personas de un extremo sentimental a otro totalmente opuesto.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

- La radio adquirió gran connotación e identidad, incluso organismos internacionales, la misma iglesia y los jefes de estado la señalaban como el medio más adecuado para forjar el desarrollo.
- La tecnología fue y seguirá siendo el alma de la radiodifusión, pues no ha existido ninguna etapa de su desarrollo en el cual no esté presente.
- Las estrategias y las herramientas de la radio tradicional no alcanzan en la radio postindustrial, es momento de ir ensayando relatos multimedia.
- Ha llegado la época en la cual importa tanto el sonido como los complementos multimedia. Estamos ante la radio convergente.
- Una de las lecciones propias de la narrativa del futuro es considerar al usuario mientras se programa, es decir, hacer de él uno más del equipo de producción, dotándolo de protagonismo.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Actividad de aprendizaje recomendada

Actividad de aplicación y experimentación: - Identifique los inventos y autores que aportaron a la creación de la radio. Como base para esta actividad le sugerimos referirse a la guía virtualizada y al libro base de la asignatura.

Actividades recomendadas para el aprendizaje



Estimado estudiante, como parte del proceso de aprendizaje a continuación le propongo el desarrollo de la siguiente actividad.

- Mediante un chat de consulta: Expresar sus inquietudes sobre el tema de la unidad. Podría plantearse las siguientes interrogantes: ¿Cómo ve la adaptación de la radio a las nuevas tecnologías? ¿Cuál es el futuro de la radio con el uso de las nuevas tecnologías? ¿Qué narrativas permiten la expansión de la radio?

- Realice una lectura comprensiva de la unidad 1. Con el fin de profundizar en el cambio que ha tenido la radio al pasar de lo analógico a lo digital.
- Realice un comentario, no menor a 300 caracteres, sobre las nuevas narrativas y formas de hacer radio. Para ello considere lo revisado en el capítulo 1; y profundice en el literal 1.4.
- Lea la unidad 1 “Ecología de la radio” de la guía didáctica y del libro base. Describa los distintos momentos que se fueron dando para la creación de la radio sudamericana. Realice una línea de tiempo sobre el surgimiento de la radio en los países del Área Andina.
- Realice la autoevaluación 1, será de apoyo para que usted analice en qué medida aprendió los contenidos de la primera unidad.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)



Autoevaluación 1



Estimado estudiante le animo a desarrollar las siguientes preguntas, que le permitirán evaluar los conocimientos adquiridos en la presente unidad.

Encierre o subraye la respuesta correcta.

1. ¿Qué innovación en el campo de la física dio pie al inicio de la radio?

- a. La transmisión de la información mediante ondas electromagnéticas.
- b. La televisión.
- c. El planteamiento de la radio multimedia.

2. La primera estación oficial de radio nació en Estados Unidos fue:

- a. Radio K.D.K.A en el año 1920.
- b. Radio R.C.A. en el año 1922.
- c. Radio C.B.S en el año de 1920.

3. La primera radio que dio inicio a la producción radiofónica en Latinoamérica, perteneció a:

- a. Ecuador.
- b. Chile.
- c. Argentina.

4. La primera radio en el Ecuador fue:

- a. HCJB.
- b. Radio El Prado.
- c. Ecuadoradio.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

5. Para la decodificación, los primeros aparatos que aparecieron en 1920 fueron:

- a. Receptores de AM.
- b. Receptores de FM.
- c. Transistores.

6. La radio lleva años tratando de superar:

- a. Los formatos no lineales.
- b. Los formatos lineales.
- c. La narrativa multiforme.

7. Una de las lecciones propias de la narrativa de futuro es:

- a. Considerar solamente los cuatro elementos básicos del lenguaje radiofónico: el silencio, la palabra, la música y los efectos sonoros.
- b. Considerar al usuario mientras se programa, es decir, dotarle de protagonismo.
- c. Considerar a receptor como un elemento pasivo, que no produce retroalimentación.

8. El autor de la narrativa electrónica es:

- a. Un coreógrafo que proporciona: los ritmos, el contexto y los pasos a bailar.
- b. Un ente pasivo que emite un mensaje.
- c. Un receptor de las opiniones de los usuarios.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

9. En el apartado de la nueva narrativa radiofónica del texto básico, el autor invita a mirar y analizar técnicas actuales de la comunicación digital como:

- a. La trasmedia.
- b. El crossmedia.
- c. La trasmedia y crossmedia.

10. La imagen es hoy una base fundamental sobre la cual se asientan los medios de comunicación. En este sentido la imagen se dirige más a:

- a. La efectividad de los receptores y menos a la razón, invoca un pensamiento mágico que lógico.
- b. La razón y menos a la efectividad de los receptores, invoca un pensamiento mágico que lógico.
- c. La efectividad de los receptores y a la razón, invoca un pensamiento mágico que lógico.

Gracias por realizar la autoevaluación, ahora es momento de ir al solucionario, ubicado al final de la guía didáctica, y revisar sus aciertos y errores.



Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

UNIDAD 2. LAS PANTALLAS A LA RADIO



Apreciados estudiantes hemos llegado a la segunda unidad y es momento de estudiar las pantallas y su relación con la radio. Es por ello que en este apartado se presenta detalladamente la evolución de las mismas y la influencia que de a poco se ha ido ganando en los medios y en las actividades cotidianas del ser humano.

Este último siglo trajo consigo grandes adelantos en diversas áreas, entre ellas encontramos a la comunicación, que quizá es una de las más involucradas en la incidencia de la acelerada evolución de las Tecnologías de la Comunicación e Información.



La convergencia de las telecomunicaciones, la informática y los medios de comunicación tradicionales. Este nuevo sistema mediático engloba todas las formas de comunicación humana en un formato digital donde dejan de tener aplicación las reglas y construcciones del mundo analógico. (Pavlik, 2005, p. 15)

Ante esta realidad Yaguana (2018) destaca que una de las principales revoluciones digitales que ha ocasionado la casi anulación del mundo anterior para entrar en uno totalmente nuevo es la pantalla. (p.36) Esto ha provocado que la pantalla pase del modelo tradicional de comunicación de masas al modelo de comunicación en red.

Quizá una de las características más destacadas de la pantalla, y que le han otorgado mayor éxito, es la adaptabilidad de la misma, que permite transportarla e interactuar en cualquier punto del planeta.

Los datos presentados en la Ilustración 6 nos permiten evidenciar como se ha modificado nuestra forma de percibir el mundo y de consumir los medios. Este panorama se convierte en un verdadero reto para medios como la radio que

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

deben estar en constante evolución y a la par con las nuevas tecnologías, a fin de ir ganando más adeptos y fidelizar a los públicos que ya se encuentran inmersos en el mundo de la radiodifusión.

Actividad de aprendizaje

Actividad de aplicación y experimentación: Identifique cuáles fueron las primeras emisoras analógicas y por internet que surgieron en su provincia. Para su desarrollo apóyese en: base de datos, bibliotecas virtuales, etc.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Figura 6. Informe Nielsen “Screen Wars: The battle for eye – space in a tv every – whwew Word

Fuente: (Yaguana, 2018, p.37).

Lo invito a ampliar este tema en el texto básico, págs. 35 a la 38.

2.1. Definiciones de la pantalla

Para comprender mejor la temática de las pantallas debemos iniciar definiéndolas. En la siguiente tabla le presentamos algunas definiciones que le permitirán vislumbrar cómo se define a las pantallas en el ámbito de la comunicación.

Tabla 3. Definición de pantallas

Definición	Autor
Lámina que se sujeta delante o alrededor de la luz artificial, para que no moleste a los ojos o para dirigirla hacia donde se quiera o también como el mundo que rodea a la televisión o el cine.	RAE
Es la existencia de otro espacio virtual, de otro mundo tridimensional, que está encerrado en un marco y situado dentro de nuestro espacio normal. Cuadro que separa dos espacios absolutamente distintos, que de algún modo coexisten.	Manovich, 2005, p.147
Es una paradoja sumamente fecunda para ilustrar las contradicciones de la sociedad de las pantallas, o las contradictorias funciones que las pantallas juegan en las sociedades desarrolladas.	Ferrés, 2014, p. 61

Fuente: (Yaguana, 2018, pp. 38, 39)

Elaboración propia (2020).

Estas y algunas otras definiciones nos llevan a evidenciar cómo con el surgimiento de la pantalla los medios de comunicación como la radio y la televisión se vieron forzados a casi un siglo de transformaciones que han llevado a la incorporación de nuevos elementos y herramientas para llegar a públicos más específicos y especializados.

Sobre la reflexión de estas y otras definiciones, el texto básico nos ofrece un amplio análisis que usted podrá leerlo en las págs. 38 a la 40.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

2.2. Pantallas y medios de comunicación

Para comprender este apartado conviene recordar que los medios de comunicación tienen como fin informar, educar y entretener. Dicho trabajo, desde su aparición, se ha ido acrecentando, mejorando así la efectividad de sus mensajes, con el valor agregado de las bondades que nos ofrecen las nuevas tecnologías. Es por eso que hoy “asistimos al auge de los medios modernos que permiten guardar imágenes, secuencias de imágenes, sonido y texto de diferentes formas materiales: placas fotográficas, películas, discos, etcétera” (Yaguana, 2018, p.40)

Lo invito a revisar este corto apartado en el texto básico, que le explicará las características que han adquirido los medios de comunicación con la aparición de las pantallas. (págs. 40 y 41)

Probablemente le cueste mucho imaginarse un mundo sin la presencia de estos elementos, que hoy, son parte de nuestra vida en todo momento, aunque probablemente no hemos reflexionado sobre el tema, no encontramos con ellas durante todo nuestro día, en diversos tamaños y a través de diferentes dispositivos

Actualmente la pantalla es omnipresente y se manifiesta por doquier, en el espacio público y en el privado; una pantalla adquiere formas, funcionalidades y tamaños diferentes, que se multiplica y cambia con cada nueva generación de dispositivos. (Márquez, 2015, p.5)

Para comprender cómo se produce la evolución de la pantalla, a continuación se cita varios de los momentos más importantes de esta historia, recogidos en el texto básico.

- 2 de diciembre de 1895 aparece la primera pantalla en las manos de los hermanos Lumière.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

- En 1895 en manos de Georges Méliés se dio inicio al cine de una sola bobina.
- En 1927 se produjo el primer cine sonoro en la historia del cine, con el estreno de *El canto de jazz de Alan Crosland*.
- En 1931 el medio de sintonizar films (imagen y sonido en soportes distintos) fue abandonado.
- En 1934 fue patentado el disco giratorio “el disco Nipkow” por el ingeniero alemán Paul Nipkow.
- A finales de los 60 y principios de los 70, alrededor de cada televisor se reunía una media de 20 personas.
- En los años 20 del siglo pasado, se llevaron a cabo los primeros experimentos que permitieron pasar de la tv de blanco y negro a color.
- En los años 50 aparece el sistema NTSC, que posteriormente daría origen al sistema PAL o al SECAM.
- En los años 30 en Estados Unidos, Inglaterra, Francia y Alemania surge la tercera pantalla, la pantalla en tiempo real o conocida como la pantalla del radar.
- En 1936 surge el primer ordenador, el modelo Z1 desarrollado por Konrad Zuse.
- Los 10 años siguientes vieron nacer al transistor, que se convertía en parte vital de la electrónica que compone un ordenador.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Figura 7. Primera tv de la historia

Tomada de: Portal Expansion.com <https://bit.ly/34a5l9F>

2.3. Evolución del receptor de la radio

La evolución del radio receptor cuenta con una larga historia, así entre los puntos de partida más destacados citamos:

Sobre estas y otros momentos de evolución se estudian en el texto básico, en las págs. 42 a la 46.

- A principio del siglo XIX cuando Alexandro Volta inventó un objeto tan común para todos nosotros como la pila voltaica.
- En 1875 Graham Bell propició el nacimiento de la telefonía.
- 1887 Heinrich Hertz realizó el descubrimiento y posterior medición de las ondas electromagnética, llamadas también Hertzianas.
- La considerada como la primera transmisión radiofónica del mundo se realizó en la Nochebuena de 1906, desde Brant Rock Station, Massachusetts.
- En 1937 aparecieron los primeros sistemas basados en modulación de frecuencia (FM) que complementaron a los de modulación en amplitud (AM).

Para complementar la historia del radio receptor se debe destacar que uno de los más grandes precursores de la radio fue Marconi, quién tuvo el mérito de saber integrar en un único equipo los conocimientos existentes hasta la fecha relacionados con el envío y recepción de ondas electromagnéticas descubiertos por Hertz, Tesla, Branly, Lodge o Popov.

[Índice](#)

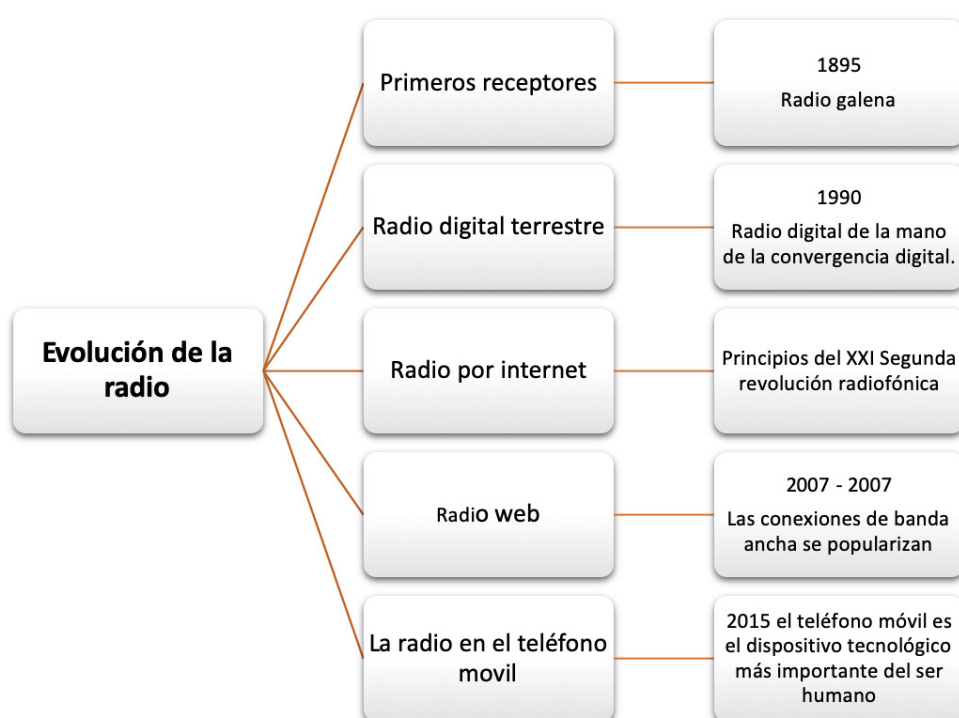
[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)



- Índice
- Preliminares
- Primer bimestre
- Segundo bimestre
- Solucionario
- Referencias bibliográficas

Figura 8. Evolución del radio – receptor

Fuente: (Yaguana, 2018, pp. 47-53)

En la ilustración 8 se observa una síntesis de los momentos del receptor de radio, que van desde los primeros intentos de creación, hasta la actualidad, la radio en la web y en el teléfono móvil.

Esta temática está ampliamente explicada en el texto básico, en las págs. 46 y 47.

2.4. Pantallas por todos lados

Este último apartado de la unidad nos invita a reflexionar sobre la omnipresencia de las pantallas, sin embargo, hace énfasis en la importancia del sonido, hoy más que nunca, como un elemento básico de la comunicación que está en constante evolución.



La radio presenta una diversidad de formatos y categorías que a su vez se entrelazan como texto, imágenes, video y audio.

En este sentido conviene enfatizar en la conclusión de Yaguana (2018) que nos explica que la radio “dentro de las pantallas ha encontrado su nicho a pesar de encontrarse en constante relación con diversos formatos como el video, el texto y las imágenes, el sonido sigue priorizando”. (p.54)



Revise más detalles del apartado en el texto básico, págs. 53 y 54.



Una vez culminada la segunda unidad probablemente usted tendrá una idea más clara de la incidencia de la pantalla en el mundo de la comunicación, y más específicamente en la radio.

¿Le gustó la temática?

Seguro que sí, pues bien, ahora lo invito a revisar algunos de los puntos más destacados que hemos aprendido en esta segunda unidad:

- Hoy se considera el predominio de la pantalla como legitimación de un poder simbólico y cultural que encuentra significado en la aproximación de las culturas pública y privada, en la fusión de la información y entretenimiento, de fantasía y realidad, y en el acceso a pasados y futuros en el deseo de situarnos en la dimensión temporal.
- Las pantallas pueden ser instrumentos que potencian y amplían la visión o instrumentos que la limitan o la impiden.
- La pantalla proporciona compañía para el espectador solitario y para personas en su mundo, al menos temporalmente.
- La radio en internet consiste en exhibición de contenido auditivo dotado de características propias del medio radiofónico a través de internet, es decir, mediante streaming.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

- En la actualidad la radio se ha vuelto más social y más personal que nunca, social porque podemos basarnos en los gustos y experiencias de amigos o de desconocidos para seleccionar emisoras y contenidos musicales.
- La radio no desaparecerá porque su esencia radica en el sonido y el sonido es una parte esencial dentro del mundo de la comunicación, básica, eterna y real a nuestro conocimiento.

Actividad recomendada para el aprendizaje



Señor estudiante, como parte del proceso de aprendizaje a continuación le propongo el desarrollo de la siguiente actividad.

- Realice un análisis del texto leído en la Unidad 2, subraye las ideas principales y secundarias y a partir de ellas elabore un resumen de la misma.
- Elabore un listado de las pantallas que forman parte y encuentra en su día a día y posteriormente reflexione sobre la importancia que tiene éstas en el desarrollo de sus actividades cotidianas.
- Elabore una línea de tiempo de la evolución de las pantallas y los receptores de audio, que le permita sintetizar la información en su proceso de estudio.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Autoevaluación 2



Estimado estudiante le animo a desarrollar las siguientes preguntas, que le permitirán evaluar los conocimientos adquiridos en la presente unidad.

Encierre o subraye la respuesta correcta.

1. Las pantallas son:

- a. Una dimensión fundamental, pues deben adaptarse tecnológicamente y como objeto de diseño a los espacios donde interactuamos con ellas.
- b. Instrumentos de comunicación que no han ganado mayores adeptos.
- c. Instrumentos de comunicación que han evolucionado lentamente y que abarcan una pequeña parte del mercado de los medios de comunicación.

2. De acuerdo al informe de Nielsen de marzo de 2015:

- a. El 33% de las personas disfruta la libertad de encontrarse conectados en cualquier lugar y en cualquier momento.
- b. El 63% de la población cree que mientras la pantalla es más grande es mejor.
- c. Los teléfonos móviles son los menos citados a la mano para visualizar contenido mientras se llevan a cabo otras actividades.

3. El origen etimológico de pantalla no se encuentra claro, sin embargo muchos expertos señalan que proviene del:

- a. Catalán “pantalla” que surgió a partir de la combinación de pámpol y ventalla.
- b. Latín: pámpol y ventalla.
- c. Español communicare.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

4. En 1927 se produjo el primer cine sonoro en la historia del cine, con el estreno de:

- a. Viaje a la luna.
- b. Alucinaciones del barón de Münchhausen.
- c. El cantor de jazz de Alan Crosland.

5. La principal ventaja de la radio galena fue:

- a. Fidelidad de sonido.
- b. Captaba solo señales en frecuencia modulada.
- c. Bajo coste.

6. La radio en internet es también conocida como:

- a. Streamcasting de audio.
- b. Podcasting.
- c. Streamcast.

7. A partir de finales de 2004, el uso de la radio en internet se ha declinado a favor del:

- a. Podcasting.
- b. Streaming.
- c. Streamcast.

8. El sistema de radio digital terrestre en Estados Unidos se basa en el servicio de transmisión:

- a. DAB.
- b. DRDB.
- c. IBOC.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

9. **La telefonía móvil dispone de una pantalla de menor dimensión que una tableta o un ordenador, por tanto, la producción que se haga.**

- a. Tiene que ser igual.
- b. Puede o no ser igual, depende del modelo de teléfono.
- c. Tiene que ser totalmente diferente.

10. **En el mayor de los casos internet ha sido considerado como un sustituto de los medios de comunicación como la radio, televisión y prensa, sin embargo este atributo es:**

- a. Muy cierto, pues los medios de comunicación tradicionales, como tal, han desaparecido.
- b. Apartado de la realidad palpable que verifica que los medios de comunicación no han desaparecido.
- c. No es tan cierto, porque aún se mantienen vivos los medios de comunicación tradicionales, aunque estén destinados a desaparecer.

Una vez culminada la autoevaluación lo invito a revisar las claves de respuesta al final de documento.



Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

UNIDAD 3. RADIO Y REDES SOCIALES



Estimados estudiantes, en esta tercera unidad abarcaremos las redes sociales y su incidencia en la evolución de la radio en internet. En los diferentes apartados que usted deberá estudiar, comprenderá las ventajas que ofrecen los medios sociales al mundo radiofónico.

A partir de la incorporación de las redes sociales en el mundo del internet el proceso comunicativo se ha visto beneficiado, pues hemos eliminado las barreras del tiempo y el espacio. Yaguana (2018) destaca que “su éxito radica principalmente en que este soporte digital es utilizado por millones de personas como una plataforma de entretenimiento y socialización” (p.55)



La irrupción de las redes sociales donde ya están representadas todas las actividades humanas, que incluyen relaciones personales, negocios, trabajo, cultura, comunicación, movimientos sociales y política. (Castells, 2010, p. 16)

Entre las principales actividades que realizan los usuarios en las redes sociales, de acuerdo al estudio 2011 del Observatorio Nacional de Telecomunicaciones, destacan mayoritariamente: mantenerse en contacto con sus amigos y conocidos, comunicarse de forma gratuita, localizar a viejos amigos/ conocidos, y organizar/ hacer planes.

La dinámica de las redes sociales nos ha demostrado la capacidad ilimitada que tienen para transmitir información y generar conocimiento desde cualquier lugar del planeta.



Conozca más de este tema en el texto básico, en las págs. 55 a la 58.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

3.1. Tipos de redes sociales

En el mundo de la radiodifusión y más aún en la evolución digital de este medio, las redes sociales están presentes, tal como lo estudiaremos en el apartado siguiente. Es por esta razón que, como profesionales de la comunicación, resulta necesario el estudio de estos, tan singulares, medios masivos. Así partiremos explicando que existen dos tipos de redes, tal como se muestra en la figura 7.



Figura 9. Tipos de redes sociales

Fuente: (Yaguana, 2018, p. 58)

Como se puede observar, sin duda las redes sociales, con mayor aceptación e interés para el usuario son las directas, que nos permiten interactuar con un mundo de personas en todo el planeta y que no nos condicionan como las redes sociales indirectas, que son producto de la Web 2.0.

Es así que, desde su origen a partir del año 2000, estos medios han revolucionado nuestros hábitos de vida. Y tal ha sido el éxito de redes como: Facebook, Twitter e Instagram, YouTube entre otras, que el prosumidor actual no concibe la vida sin las mismas.

Pero no solo han reinventado nuestra forma de comunicarnos, sino también el mundo de los negocios. Hoy las redes sociales son verdaderas minas de oro, o como lo señala el autor del texto básico de esta asignatura "son consideradas máquinas de billetes, ya que la aglomeración de usuarios, ha permitido que este tipo de empresas encuentren un espacio amplio en la generación de divisas" (Yaguana, 2018, p.60)

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Para profundizar más de esta temática, que está ampliamente explicada en el texto básico, lo invito a leer las págs. de la 58 a la 60.

3.2. La radio y el mundo digital

El tiempo de convergencia que vive la radio hoy, nos invita a reflexionar sobre la forma en como hemos venido desarrollando los procesos, contenidos, distribución y presentación del producto sonoro. Bajo esta premisa en el siguiente apartado, el texto básico nos muestra los cambios, nuevas características y ventajas que ha adquirido la radio en Internet y más aún con la incorporación de las redes sociales.



En la radio, son las redes sociales un espacio de análisis para conocer el estado de este cambio de modelo y de cómo tanto los emisores y los receptores interactúan en el espacio digital en torno a la comunicación radiofónica en tiempos de convergencia digital. (Yaguana, 2018, p. 61)

Pousa y Yaguana (2013) explican que la web además de agregarle nuevas características a la radio tradicional, le da valor a las que este medio ya tenía. En la figura 8, se destacan las mismas.

Índice

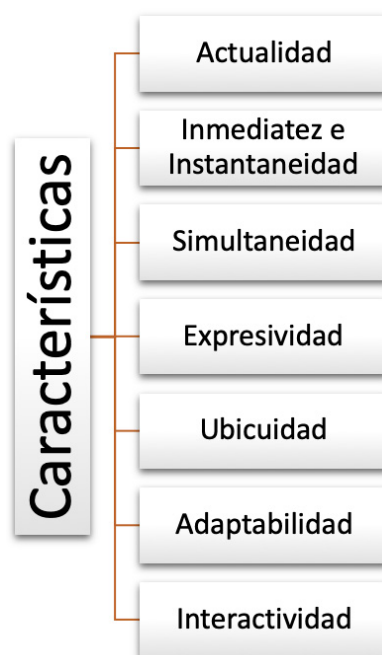
Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Índice
Preliminares
Primer bimestre
Segundo bimestre
Solucionario
Referencias bibliográficas

Figura 10. Características de la radio en Internet

Fuente: (Yaguana, 2018, p.61)

De las características citadas, se considera que una de las que más ha aportado en el proceso de comunicación entre el medio y la audiencia, es la interacción, pues permite la retroalimentación y la participación activa, otorgándole al público un rol protagónico en el quehacer radiofónico.

Este panorama también exige al medio repensar sobre dos aspectos básicos en el mundo de la radio: las rutinas de producción y distribución de contenido. Pues, frente a la diversidad de posibilidades que nos ofrecen las Tecnologías de la Comunicación e Información, estos procesos se ven modificados y simplificados.

Todo este cambio de dinámicas ha generado una cultura participativa.

La razón principal para que se produzca este fenómeno se sustenta en tres aspectos: el abaratamiento de los costos de producción, la facilidad de manejo de las nuevas herramientas digitales, y principalmente las nuevas posibilidades de distribución que permiten que la audiencia sea cada día activa y crítica. (Yaguana, 2018, p.62)

La radio ha visto en las redes sociales un aliado estratégico, que le permite posicionar la marca y conocer mejor las necesidades de su audiencia. En este sentido, se puede destacar que los medios sociales con mayor empatía con el mundo radiofónico son Facebook y Twitter. En el caso del primero, ha permitido multiplicar la participación y generar debate. En cuanto al segundo, es una herramienta clave de comunicación, por sus características de inmediatez, que encajan perfectamente con el mundo radiofónico.

Aprovechar todas las ventajas que ofrecen estas redes sociales, como medio para aumentar el número de seguidores, además de canal de distribución y promoción de contenidos es prioritario. El texto básico nos muestra el ejemplo de Radio Caracol, como un medio que está beneficiándose de las potencialidades de Facebook, sin embargo, podemos acercarnos un poco más a nuestra realidad y citar el siguiente ejemplo.



Radio Online UTPL: bitcaster pura que nace en el 2016 y a pesar de ser una radio relativamente joven, ya empieza a insertarse en el mundo de las redes sociales, aprovechando el medio para captar a su público objetivo y promocionar sus contenidos.



Figura 11. Radio Online UTPL

Tomado de: Fanpage Radio UTPL <https://www.facebook.com/utplradio>

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Pero no basta con crear cuentas en la red social de preferencia o a la que responda a las necesidades del medio, es imperante la gestión efectiva de los contenidos que se transmiten o se difunden. Estos contenidos deben conectar con la emoción de las audiencias, que están buscando constantemente temas que los identifiquen, que les transmitan emociones que se vinculen con su día a día.

Sintetizar la información de forma atractiva, clara y concisa es otro de los retos que redes sociales como Twitter, nos invita a realizar para presentar la información a nuestros seguidores.

Esta temática está ampliamente explicada en el texto básico, en las págs. 60 y 68.



Seguramente la temática de esta unidad le resultó interesante por la coyuntura tecnológica en la que estamos viviendo. Ahora usted debe tener más claro las ventajas que nos ofrecen los medios sociales para promocionar los productos radiofónicos

Lo invito a revisar algunos de los puntos más destacados que hemos aprendido en esta unidad:

- Las redes sociales son aquella fase dentro del mundo digital que ha permitido mayor presencia de público en internet y además ha colaborado en la identificación de nichos de mercado para los negocios nacientes en la red.
- El internet y específicamente las redes sociales llevan a otro nivel la usabilidad, y en especial el marketing y la publicidad, que a pesar de ser disciplinas que han evolucionado fuera del mundo de la red de redes, han encontrado un mercado mucho más amplio y mejor elaborado para ejercer mayor creatividad convirtiendo la información ya no únicamente de boca a boca, sino, de boca al mundo.
- La radiodifusión del siglo XXI en tiempos de convergencia supone una convivencia en el espacio radioeléctrico así como en los entornos digitales.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Esta dualidad tecnológica proporciona un nuevo modelo de comunicación en el que los contenidos conviven en plataformas muy distintas, a las ondas hertzianas y los espacios digitales.

- Las redes sociales han dado un giro a la comunicación de masas, lo que ha provocado un cambio de hábitos de comunicación, que han favorecido las relaciones comerciales.
- La radio debe ser multiplataforma, es decir que las audiencias puedan escucharla ya sea desde su computadora en casa u oficina o desde sus smartphones u otros dispositivos.
- Los aspectos emocionales de quien está al otro lado de la pantalla no pueden ser apartados de la vista de quienes administran las redes sociales de la radio.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Actividad recomendada para el aprendizaje



Apreciado estudiante, como parte del proceso de aprendizaje a continuación le invito a realizar la siguiente actividad.

- Realice un análisis del texto leído en la Unidad 3 y posteriormente señale las ideas principales y secundarias.
- Desarrolle un cuadro de clasificación de las redes sociales directas e indirectas.
- Realice un listado de las semejanzas, diferencias y característica de las cuatro redes sociales directas de mayor acogida en su localidad.

Realice un comentario de mínimo 300 caracteres acerca de la presencia de la radio en las redes sociales como Facebook y Twitter.



Autoevaluación 3



Estimado estudiante le animo a desarrollar las siguientes preguntas, que le permitirán evaluar los conocimientos adquiridos en la presente unidad.

Encierre o subraye la respuesta correcta.

1. **Las redes sociales se han convertido en aquel portal que ha proporcionado cambios:**
 - a. Socioeconómicos a gran escala.
 - b. Socioculturales a gran escala.
 - c. Sociopolíticos a gran escala.

2. **En la actualidad podemos contar con una diversidad de redes sociales que se dividen en:**
 - a. Directas e Indirectas.
 - b. Simples y Compuestas.
 - c. Básicas y Complejas.

3. **En la historia de la red de redes, la interacción o la creación de un espacio en el que los usuarios de Internet pudieran relacionarse surgió:**
 - a. En el año 2010.
 - b. A finales de los años 90.
 - c. A inicios de los años 2000.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

4. **El medio social que probablemente es la más emblemática dentro de la evolución Web 2.0. es:**
- a. Twitter.
 - b. Facebook.
 - c. YouTube.
5. **La mayor parte de las redes sociales se han consolidado con la plena intención de:**
- a. Establecerse únicamente como espacios de interacción.
 - b. Convertirse en ideas millonarias que abarcan no únicamente espacios de interacción, sino además espacios de consumo.
 - c. Ser espacios de consumo.
6. **De todas las características que ha obtenido en internet, quizá una de las más profundas e importantes es la:**
- a. Ubicuidad.
 - b. Interactividad.
 - c. Simultaneidad.
7. **En este nuevo panorama que nos presenta la radio del siglo XXI ejerce una fuerte presión para que sean repensadas y analizadas las rutinas de:**
- a. Producción y edición de contenidos.
 - b. Distribución e interacción de contenidos.
 - c. Producción y distribución de contenidos.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

8. Las principales redes sociales con las que la radio va haciendo empatía son:

- a. Twitter e Instagram.
- b. Facebook y Twitter.
- c. YouTube y Facebook.

9. En el caso específico de Twitter, la característica más importante que posee es la:

- a. Simultaneidad.
- b. Ubicuidad.
- c. Inmediatez.

10. En las redes sociales, las emisoras de radio han mejorado sus contenidos con elementos inherentes al medio digital, en particular:

- a. El video y la imagen.
- b. Los recursos multimedia.
- c. La hipertextualidad, imagen y video.

No olvide revisar las claves de respuesta de esta autoevaluación, al final de la guía didáctica, a fin de conocer su dominio sobre el tema tratado en la unidad.



Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

UNIDAD 4. RADIO E HIPERMEDIA



Apreciados estudiantes bienvenidos a la última unidad a estudiar en este primer bimestre, en la cual aprenderán qué es la hipermedia y qué beneficios ofrece a la radio en la Internet. Así comprenderán que el rol del comunicador social ha evolucionado y ahora debe enfrentarse a los nuevos desafíos que nos trae la era digital.

La era digital que surge a partir del Siglo XXI ha provocado, como ya lo hemos citado en los apartados anteriores, un revuelo en los medios de comunicación, y la radio no es la excepción. Desde la aparición de la televisión, se creía que el medio sonoro desaparecería, igualmente en esta nueva etapa, sin embargo, como se ha estudiado hasta ahora, la radio ha aprendido a aprovechar todas las ventajas que el internet le brinda.

Para conocer más sobre este apartado, lo invito a revisar el texto básico, en la pág. 69, en donde se explica ampliamente el tema.

4.1. Futuros descubrimientos

Para iniciar el estudio de esta temática lo invito a reflexionar sobre la siguiente interrogante:



¿Qué futuros descubrimientos le espera a la radio?

Pues bien, este apartado nos invita a reflexionar sobre la evolución de la tecnología a partir del código binario, que está presente en todos los cambios de la vida, desde el sistema más simple hasta el más complejo.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

“A partir del nacimiento de la red de redes, se plasman cambios y evoluciones trascendentales apuntando a una tercera revolución industrial y suscitada por la red”. (Yaguana, 2018, p.22)

Todo ello nos lleva a imaginar el futuro de las comunicaciones, en específico de los medios de comunicación masiva, y el que nos atañe a nosotros, la radio, que si bien es cierto ha aprendido a adaptarse a los cambios tecnológicos, está instado a permanecer alerta a lo que el futuro le depara.

Esta temática está ampliamente explicada en el texto básico, en las págs. 69 a la 71.

4.2. La industria tecnológica y la radio

“La convergencia tecnológica propiciada por la llamada revolución digital constituye un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana”. (Jordán, 2010, p.1) A partir de ello, todas las conceptualizaciones sobre los mass media se resquebrajan, dando lugar a nuevas ideas y teorías sobre dichos medios.

Bajo esta premisa “existe un momento de la historia que ha cambiado ese esquema tradicional y ha transformado la manera en la que percibimos, visualizamos y escuchamos radio. (Yaguana, 2018, p.72)

Nos encontramos entonces frente a un panorama radiofónico caracterizado por “innovaciones técnicas y multimediáticas” que nos enseñan un nuevo modelo de presentación y distribución de contenidos.



Conozca más sobre dichas innovaciones de presentación y distribución de contenidos en el texto básico, en las págs. 71 y 72.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

4.3. Nuevos pasos hacia el futuro de la radio

Entre los diversos cambios que surgen en la radio a partir de su inserción en Internet, se presenta principalmente la escenografía del medio. “Este elemento es el más destacado dentro de la transición de la radio analógica a la radio online”. (Yaguana, 2018, p. 73)

Otros aspectos importantes a destacar en el nuevo entorno comunicacional son: la multilinealidad y la hipermedia o hipertexto.

La primera entendida como “la nueva forma de relacionarse dentro del actual paradigma creado por Internet y la tecnología digital”. (Yaguana, 2018, p. 73). Mientras que el segundo aspecto se constituye como la combinación de dos o más medios y/o recursos para expresar o contar una historia. Otra definición más completa de hipermedia sería que “es el resultado de un sistema operativo que logra agrupar una variedad de dominios de tarea conectados entre sí por hipervínculos que encubre, a su vez, una variedad de elementos textuales, visuales y sonoros”. (Yaguana, 2018, p.74)

Como lo habrá evidenciado hasta ahora el tema central de este capítulo es la hipermedia y entre la ampliación bibliográfica que nos presenta el texto básico encontramos el rol de la hipermedia a través de una variedad de características, citadas en el libro de Edwar Barrett denominado Sociomedia: Multimedia, Hypermedia, and the Social Construction of Knowlegde y The Society of Text: Hypertext and The Social Construction of Information, que se presentan a continuación:

- La hipermedia es una construcción de una red semántica.
- El dinamismo que existe dentro de una pantalla web.
- La mayoría de los nodos para ser útiles se deben encontrar etiquetados o presentar un título para definir su conocimiento.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Así también resulta necesario estudiar la funcionalidad, componentes y niveles principales del denominado sistema Hipertext Abstract Machine, que se explica en la siguiente figura.

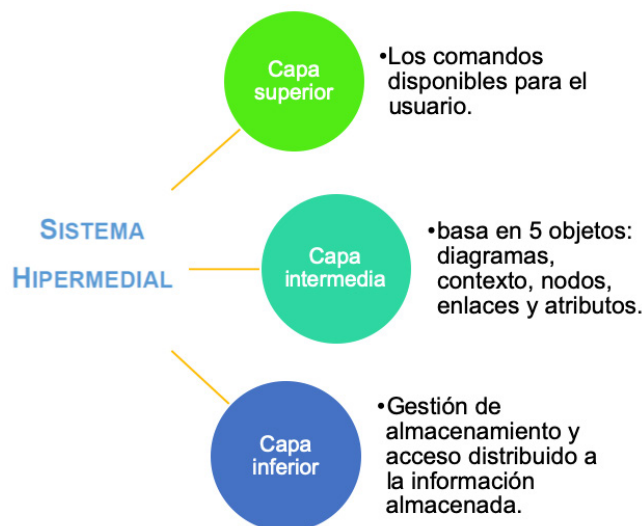


Figura 12. Arquitectura del Sistema Hipermédial

Fuente: (Yaguana, 2018, p. 77)

De lo estudiado se puede deducir que “la hipermedia a pesar de ser un sistema operacional sencillo a la vista, ha sido identificada como una nueva corriente dentro del aprendizaje dinámico”. (Yaguana, 2018, p.78)

El mejorar los niveles de conocimiento, es el fin del proceso educativo, que hoy es más efectivo gracias a las bondades de la hipermedia, que ha creado un espacio para compartir ideas y generar la construcción del conocimiento colaborativo.

Así nace también el Sociomedia, entendido como un mecanismo para construcción social del conocimiento.

Este apartado está ampliamente explicadas en el texto básico, en las págs. 72 a la 79. Revíselo a fin de profundizar sus conocimientos.

4.4. Hipermedia radial

Ahora que tenemos claro que es la hipermedia, su rol y funciones, es momento de ir más allá y establecer su relación con el medio radial. Así iniciaremos explicando que en radio esta “ha modificado por completo y ha continuado esparciendo su dinamismo. Los usuarios pueden navegar en una diversidad de formatos, en el cual el texto, la imagen, el video y el audio están en constante relación”. (Yaguana, 2018, p. 79) Pero no se debe olvidar que la esencia de la radio es el audio, por ende en nuestro trabajo este debe ser la prioridad.

Un ejemplo a gran escala de la radio en Internet que ha sabido aprovechar las potencialidades de hipermedia es Radio BBC, que entre las principales características que se pueden identificar se encuentran: el entorno escenográfico, los colores utilizados, el traslado y profundización de la información, y el equilibrio entre todos los elementos sin perder la importancia del audio.

A manera de conclusión se puede enfatizar que a “raíz del proceso de inserción del sistema hipermedia, la radio se ha visto en plena obligación de transformarse completamente y empezar a apostar por una diversidad de elementos visuales que muchas de las veces desvinculan la esencia de la radio”. (Yaguana, 2018, p. 82)



Profundice este apartado en el texto básico, págs. 79 a la 84.

4.5. Hipermedia y producción radiofónica

“La incorporación de las técnicas de hipermedia le da a la radio la posibilidad de desarrollar transformaciones en su expresión, visibilidad, comprensión y sobre todo, abre un universo de posibilidades para la imaginación creadora”. (Yaguana, 2018, p. 84) Es decir, que ya no solo contamos con los elementos básicos y tradicionales de lenguaje radiofónico que son: la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio. Hoy el profesional de la radio cuenta con todas las posibilidades que le brinda la hipermedia para narrar y producir la una obra sonora.

Los elementos que le ofrece la hipermedia al lenguaje radiofónico, le dan valor agregado al producto que se desarrolla, pero adicionalmente lo acerca a otros medios. Así también, le “permite crear estructuras discursivas más acordes con el funcionamiento de la mente humana e incluso posibilita la integración de elementos de expresión no sonoros haciendo de la obra sonora una estructura capaz de alojar una interacción e interconexión total”. (Yaguana, 2018, p. 85)

En esta nueva realidad, el profesional de la comunicación o periodismo que se incline por el mundo radiofónico, deberán comprender que su rol ha evolucionado, que hoy debe asumir un papel no solo de productor sino de técnico, que necesita conocer las potencialidades que la hipermedia le ofrece para realizar su trabajo. En este contexto deberá superar la cultura de “la linealidad o los límites de inicio y de final que han enmarcado por años a todos los géneros y formatos de radio”. (Yaguana, 2018, p. 86)

Uno de los principales retos que deberá asumir el profesional de la radio será el buscar y articular elementos y mecanismos que faciliten el entendimiento de la historia o tema que estamos contando, para ello tendrá que valerse de todos los recursos que la web le ofrezca. En este sentido la comunicación entre el creador radiofónico y el producto en pantalla se renuevan, pues el producto final será el resultado de un trabajo colaborativo, no solo de profesionales de la comunicación, sino que también de otros campos. Esto propiciará en un segundo momento una conexión entre el productor y el usuario.

Con esta temática que culmina el primer bimestre, lo invito a reflexionar sobre lo aprendido y a revisar la ampliación de los contenidos tratados en este apartado, que la encontrará en las págs. 84, 85, 86 y 87 del texto básico.



¡Hemos llegado ya al final del bimestre!

¿Qué temática es la que más le gusto?

Sin duda, existen una serie de temas muy interesante que se mostraron en esta primera parte del texto básico. Ahora usted debe tener más claro la realidad del mundo radiofónico en la era de la información y el conocimiento.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

A modo de resumen se presentan algunos ítems que conviene enfatizar de lo aprendido en esta unidad:

- A pesar de toda la revolución que se ha producido a raíz de la propagación del uso del Internet, no podemos dejar de lado que el conocimiento que está detrás de ella no es nada más que una representación del conocimiento humano.
- En la actualidad no es que la radio esté expuesta a una mediamorfosis como señalaba Fidler (2002), sino que atraviesa una transformación casi total, tanto en la producción como en el consumo.
- Desde que el negocio de la comunicación se visualizó desde una perspectiva financiera, este elemento comunicativo fue repensado para atraer una mayor cantidad de usuarios, para abordar y reemplazar la tecnología AM y FM existente.
- En el caso de la hipermedia, la cual es una extensión del hipertexto permite que el sonido, el video, imágenes, animaciones, etc. se encuentren conectadas a otras informaciones o contenidos.
- La hipermedia es una razón eficiente para comprender el uso de las nuevas tecnologías y por ende un aporte para encontrarnos en un estado permanente de innovación y capacitación.
- El hipertexto y la hipermedia presentan la particularidad de tener muchos inicios y finales al mismo tiempo, el lector puede empezar y terminar donde sea, teniendo la misma validez.
- La hipermedia ofrece un espacio alternativo de composición que proporciona al creador de una obra otra dimensión sonora.
- En el espacio hipermedia no se escribe, no se produce para ofrecerle al usuario un producto cerrado, sino para entrar en otro diálogo con el receptor, en un proceso de colaboración cuyo resultado es la producción de la obra.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Actividad recomendada para el aprendizaje



Apreciado estudiante, como parte del proceso de aprendizaje a continuación le invito a realizar la siguiente actividad.

- Realice un análisis del texto leído en la Unidad 4 y posteriormente señale las ideas principales y secundarias.
- Observar el portal de la Radio UTPL a través del siguiente enlace <https://bit.ly/2P5Q2gj>. Revise el mapa de flujo que especifica la ruta del sonido en Internet en la página 26 de la guía didáctica. Elija un tema para que construya una historia hipermedia desde la radio. Utilice diversos elementos para construir su historia, se puede apoyar con descripciones textuales, fotografías, videos, audio. Elaborar el mapa de flujo para la construcción de su historia hipermedia. Comparta su experiencia a través del CANVAS.
- En el chat que el profesor planteará: Plantee sus inquietudes académicas con relación a la unidad cuatro “Radio e hipermedia”.
- Leer la unidad cuatro “Radio e Hipermedia” de la guía didáctica y libro base. Identifique las ideas principales de la unidad cuatro. Establezca los beneficios que ha generado la hipermedia en el trabajo periodístico radiofónico.

Actividades finales del bimestre

- Realice la segunda evaluación parcial (cuestionario) con respecto a los contenidos de la tercera y cuarta unidad.
- Realice la evaluación presencial del primer bimestre en su centro universitario.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

SEGUNDO BIMESTRE

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Las nuevas tecnologías no sólo han incidido profundamente en la modificación de los soportes y de los medios técnicos con los que contaban los distintos medios de comunicación audiovisuales y otras fuentes sociales para el tratamiento de la información, sino que comienza a tener efectos visibles sobre aspectos como la comunicación interpersonal y el ocio. La radio es, quizá uno de esos medios donde mayor penetración ha tenido la tecnología, dándole nuevas capacidades y atributos desde lo visual, lo lúdico y la exploración hacia nuevos públicos. Este es el objetivo de enseñanza y descubrimiento que nos proponemos alcanzar en el segundo bimestre.

Estamos ya en el segundo bimestre y hemos realizado un importante recorrido por la historia de la radio, desde lo analógico a la era digital. Es momento entonces de continuar con el estudio de este apasionante mundo de la radio, pero antes de comenzar es necesario tener en cuenta las siguientes sugerencias que con seguridad le facilitarán su proceso de enseñanza aprendizaje:

- Lea detenidamente los apartados correspondientes a los capítulos cinco, seis, siete y ocho del texto básico.
- Revise otras fuentes bibliográficas, no se oriente solamente con lo expuesto en la guía didáctica.
- El segundo bimestre está planificado para 8 semanas y cada unidad para uno o dos semanas, por tanto trate de organizarse para abordarlas en el tiempo estipulado.
- Estimados estudiantes, seguimos con el estudio de la presente asignatura en su segunda parte **¡aquí empezamos!**

UNIDAD 5. PODCAST



En esta primera unidad del segundo bimestre, le presentamos estimado estudiante una amplia descripción del podcast como un elemento básico de la radio en el Internet. Usted podrá conocer de primera mano las definiciones, características, formatos, pasos de creación, plataformas recomendadas, entre otros importantes aspectos, para comprender este elemental instrumento de comunicación.

Desde siempre la humanidad se ha esforzado por mejorar su forma de comunicarse, lo que ha llevado a la creación de una serie de herramientas, formatos y medios de comunicación.

En este sentido, el surgimiento de la radio, que Marconi patentó en 1896, trajo consigo grandes avances al mundo de la comunicación, así la radio pasó de ser un invento de gran novedad en la época de su nacimiento a ser hoy un acompañante ideal en las tareas diarias. “En los primeros años del siglo XXI existieron avances tecnológicos que llevaron a la radio a constituirse en un medio eficiente de comunicación de masas, adelantos que permitieron que apareciesen las primeras estaciones de radio”. (Yaguana, 2018, p. 89)

La ampliación de esta temática la encontrará en el texto básico, en las págs. 88 y 89.

5.1. Origen etimológico

Este primer apartado lo invita a conocer el origen etimológico de un recurso de gran éxito de la radio en Internet, el podcast, que a decir de Moura y Carvalho (2006) el podcasting es una combinación de la palabra iPod y Broadcasting y se constituye en un modo de difusión de emisiones a través del Real Simple Syndication. Así mismo, Ben Hammersley, en 2004 cita por primera vez el término podcast, describiendo que el boom de la radio se está dando gracias a los iPods.

Índice

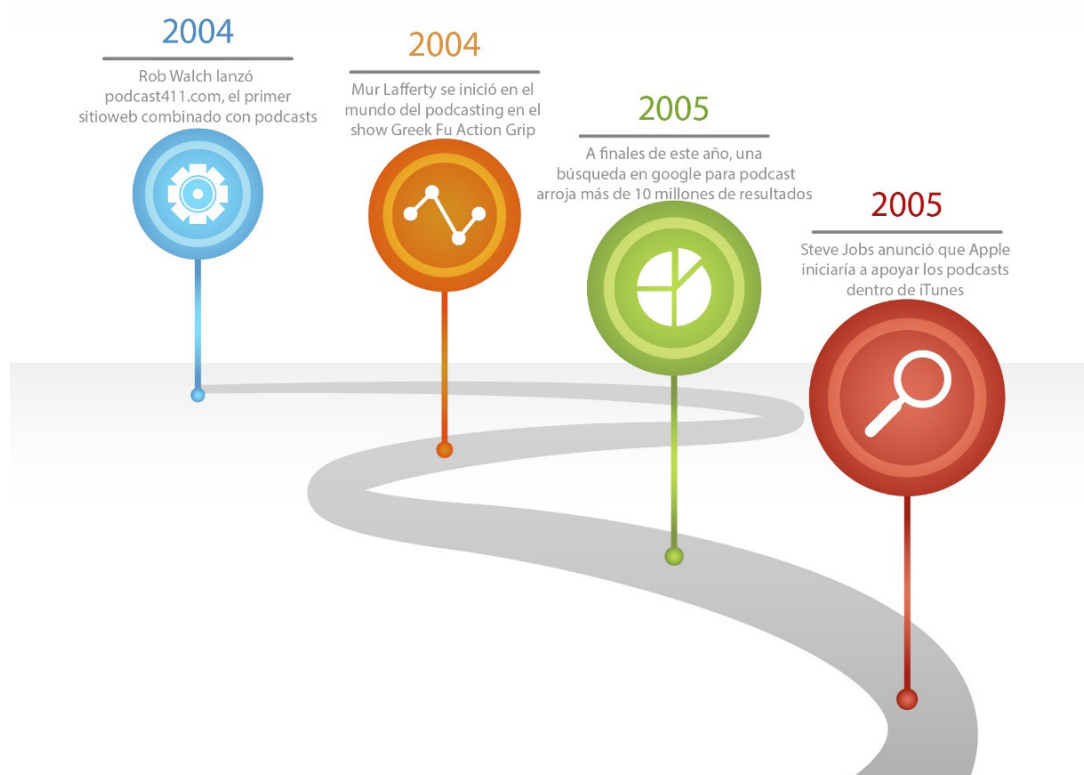
Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Índice
Preliminares
Primer bimestre
Segundo bimestre
Solucionario
Referencias bibliográficas

Figura 13. Rasgos históricos sobre el podcast

Fuente: (Yaguana, 2018, pp. 90-91)

Diversos estudiosos de la radio, como se muestra en la ilustración 13, aportaron en el desarrollo histórico del podcast, permitiendo que en apenas dos años este elemento se convierta en todo un éxito.



El detalle de cada uno de los momentos que marcaron la historia del podcast, están ampliamente citados en el texto básico, en las págs. 89, 90 y 91.

5.2. Definiciones

En este apartado definiremos el término podcast, que es nuestro objeto de estudio, en la Tabla Nro. 4 se muestran algunas conceptualizaciones.

Tabla 4. Definición de podcast

Definición	Autor
Archivos de audio y video que pueden ser descargados a un escritorio de computadora, iPod u otros soportes portables de reproducción.	McClung y Johnson (2010)

Definición	Autor
Un método de distribución de archivos multimedia que tanto puede usar archivos de audio, en formato ogg y mp3, como archivos de video en formato MPEG4 vía Internet.	Frigola, Grané y Bartolomé (2008)

Elaboración propia (2020)

Si partimos de una definición más sencilla, se puede indicar que el podcast es una colección pre-grabada de archivos de audio que pueden ser automáticamente descargados desde un ordenador y/o dispositivo móvil sin ninguna dificultad, es decir que son portables y el público puede consumirlos de acuerdo a su interés y disponibilidad de tiempo.

Ahora revisaremos un concepto que está íntimamente relacionado con el podcast, es el podcasting, que se describe en la siguiente tabla.

Tabla 5. *Definición de podcasting*

Definición	Autor
El podcasting es una distribución de archivos de audio como programas de radio, música o videos en la web.	Schaneberg Vega y Warner (2006)
El podcasting tiene un papel fundamental dentro de la enseñanza e instrucción, pese a que no existen suficientes estudios que lo justifiquen.	Kelsey y Amant (2008)
El proceso de descargar archivos de podcast así como el desarrollo de programas de podcast.	(Yaguana, 2018, p.91)

Elaboración propia (2020).

Como se ha podido observar, el podcasting, consiste en la descarga del podcast que aporta a la nueva forma de consumo de medios, que permite disponer del material o producto comunicacional, en este caso sonoro, para utilizarlo y reproducirlo de acuerdo a nuestra disponibilidad de tiempo y preferencias.



Amplíe esta temática en el texto básico, en las págs. 91, 92 y 93.

5.3. Como crear y distribuir podcast

Este apartado será sin duda uno de los que le genere mayor interés a usted que probablemente se está iniciando en el mundo de la radio en Internet. Primero partiremos explicando que realizar un podcast es sumamente económico, pues los instrumentos a utilizar son principalmente el grabado de audio, que bien puede ser una grabadora digital o nuestro celular.

Para comprender mejor esta temática iniciaremos con los formatos que usted puede seleccionar a la hora de realizar un podcast, así las recomendaciones del texto básico son las siguientes:

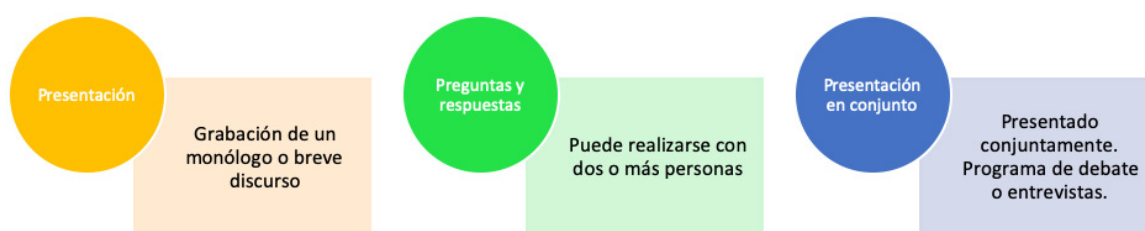


Figura 14. Formatos de podcast

Fuente: (Yaguana, 2018, p.94)

Una vez seleccionado el formato es momento de la creación del podcast, para ello, el autor del texto básico nos recomienda los pasos que se resumen en el siguiente cuadro sinóptico.



Figura 15. Pasos para crear un podcast

Fuente: (Yaguana, 2018, p.94)

Cabe destacar que existen diversas plataformas para subir los podcast, entre las más recomendadas encontramos a iVOOX y SoundCloud.

Conozca más de este tema en el texto básico, en las págs. 93 a 98.

5.4. Uso del podcast

Existen diversos usos que se le puede dar a un podcast, entre los más populares encontramos al ámbito de la educación, seguido del gubernamental e inclusive del religioso. Las principales razones por las que dichos sectores optan por este medio son: el bajo costo, la facilidad de desarrollo y el fácil acceso.

El texto básico nos explica también del uso del podcast en el campo de la medicina, en públicos específicos como los adultos mayores y los niños.

Lo invito a revisar en el texto básico la ampliación de esta temática que la encontrará en las págs. 99 y 100.

5.5. Tipos de podcast – Clasificación según su contenido

Referente a los tipos de podcast Santos (2009) nos propone la siguiente clasificación:

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Índice
Preliminares
Primer bimestre
Segundo bimestre
Solucionario
Referencias bibliográficas

Figura 16. Tipos de podcast

Fuente: (Yaguana, 2018, p. 100 – 103)

Como se observa en la figura 12 se puede elegir el tipo de podcast, de acuerdo al público, tipo de información e intereses.

Partiendo de lo que hemos estudiado del podcast lo invito a reflexionar sobre la siguiente pregunta:

❖ ¿El podcast es radio?

Sobre esta interrogante existen diversas opiniones, de quienes consideran al podcast radio y quiénes no. Así Félix Riaño, locutor y podcast colombiano señala que: “El podcast no es radio porque un audio compartido en Internet es una forma de hacer radio pero el Podcast es mucho más poderoso”

Por otro lado, Hernán Restrepo, director editorial de Internet de RCN radio, explica que: “Los Podcast si son radiofónicos porque para hacer este producto se debe mezclar los cuatro elementos de radio, entonces, se está haciendo algo radiofónico y desde mi punto de vista se está haciendo radio”.

Frente a estas dos posturas, que argumentan muy bien su opinión, resta el crear nuestra propia conceptualización sobre lo que constituyen los podcast. Para finalizar es imperante recalcar que sea, cual sea nuestra posición, debemos tener claro que este elemento ha potenciado enormemente nuestro trabajo en radio.



Profundice sobre estas posturas del podcast en el texto básico, en las págs. 100 a la 105.

5.6. Aprender y enseñar con podcast

La experiencia de los podcast como recursos educativos a dando grandes resultados alrededor del mundo, pues este elemento permite llegar de mejor manera al alumno al brindarle la posibilidad de estudiar o repasar los contenidos de la clase desde cualquier lugar y en el horario que mejor se acople a sus actividades diarias.

En este sentido nacen los profcast que a decir de Pérez (2010) “son podcast, es decir ficheros digitales de sonido o audiovisuales, que los profesores graban para que los estudiantes puedan escucharlos o verlos en cualquier situación fuera de clase”.



Para conocer más de esta interesante temática, lo invito a revisar el texto básico, en las págs. 105 y 106.

5.7. Puntualizaciones finales

Para finalizar el estudio de esta corta unidad, como parte de la asignatura la Radio, el texto básico nos invita a reflexionar sobre cuatro puntualizaciones específicas que abarcan los intereses de las audiencias, la duración, producción, postproducción y futuro del podcast.

Amplíe esta temática en el texto básico, en la pág. 107.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



¿Le gustó la temática que abordamos?

Estoy segura que sí, pues nos brinda una serie de posibilidades que desde ya podemos poner en práctica. Le invito a investigar más sobre el tema a fin de que empiece a producir sus propios podcast y compartirlo entre su comunidad de amigos y seguidores.

A modo de resumen se presentan algunos ítems que conviene enfatizarlos de lo aprendido en esta unidad:

- La radiodifusión se define como el servicio de emisión de señales de radio y televisión para uso público generalizado o muy amplio.
- Los podcast o audioblogs son archivos de audio que pueden ser descargados a un escritorio de computadora, iPod u otros soportes portables de reproducción.
- El podcasting tiene a la vez un papel fundamental dentro de la enseñanza e instrucción, pese a que no existen suficientes estudios que lo justifiquen.
- Los podcast que contiene tanto audio y video juntos se denominan vodcast.
- Los podcast que se insertan en el ámbito de las tecnologías en la educación se denominan profcast.
- Al momento de realizar un podcast es importante tener en mente a quién va dirigido para en función de aquello poder realizar el más factible y viable en función de los intereses y necesidades de las audiencias.

Los podcast pueden ser utilizados para dar facilidades en el ámbito de la educación y gubernamental en vista de que son producidos a un bajo costo y con equipo existente y de fácil acceso.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Actividad recomendada para el aprendizaje



Estimado estudiante, como parte del proceso de aprendizaje a continuación le invito a realizar la siguiente actividad.

- Realice una lectura comprensiva de la unidad 5 “El Podcast”, acerca de las primeras temáticas, su origen, definiciones y cómo crear y distribuir un podcast. Estos temas le permiten conocer los inicios del podcast y el cómo puede desarrollar sus propios contenidos radiofónicos para podcast.
- Cree su cuenta en Spotify, Ivoox y SoundCloud y/o Google Podcast y difunda a través de sus redes de contactos, y otras redes su podcast.
- En el chat de tutoría: exponga sus inquietudes académicas de la unidad 5, “El Podcast”. Con la lectura de los temas podrá usted dar un mejor uso al podcast de acuerdo con las temáticas de su interés.
- Realice la actividad recomendada al culminar la quinta unidad (autoevaluación 5), le permitirá memorizar conceptos y definiciones de la unidad.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Autoevaluación 5



Estimado estudiante le animo a desarrollar las siguientes preguntas, que le permitirán evaluar los conocimientos adquiridos en la presente unidad.

Encierre o subraye la respuesta correcta

1. El año en que patentó Marconi la radio fue:

- a. 1965.
- b. 1896.
- c. 1895.

2. Los podcast son conocidos también como:

- a. Audioblogs.
- b. Podcasting.
- c. Blog.

3. Dave Winer y Adam Curry en 2001 analizaron sobre una mejor forma de entregar audio y video vía internet y observaron que el formato:

- a. HTML era la clave para cumplir con su objetivo.
- b. XML era la clave para cumplir con su objetivo.
- c. Podcasting era la clave para cumplir con su objetivo.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

4. El podcasting es:

- a. El proceso para descargar archivos de podcast así como el desarrollo de programas de podcast.
- b. Método de distribución de archivos multimedia de audio.
- c. Distribución de archivos de video.

5. ¿A qué se define iVOOX?

- a. Un repositorio de archivos mp4.
- b. Red social para archivos de audio.
- c. Kiosko para escuchar radio online y podcast.

6. Una de las principales características de los podcast es:

- a. El alto costo.
- b. El bajo costo.
- c. Análogo.

7. Un podcast puede contener audio o video; sin embargo, aquellos archivos que contienen tanto audio como video juntos se denominan:

- a. Audiocast.
- b. Podcast.
- c. Vodcast.

8. Los podcast que abarcan varios temas expuestos secuencialmente y los locutores emiten comentarios de los temas noticiosos planteados se denominan:

- a. Informativos.
- b. Tertulias.
- c. Resumen informativo.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

9. Los podcast dramáticos son:

- Programas radiales convertidos en podcast que llegan después de mucho tiempo, y no han perdido el atractivo que tuvieron desde el inicio.
- Los que cuentan con contenido musical referidos a distintos tipos de música.
- Aquellos destinados a tratar temas culturales y de espectáculo.

10. Los podcast que se insertan en el ámbito de las tecnologías en la educación se llaman:

- Profcast.
- Vodcast.
- Broadcasting.

Gracias por realizar la autoevaluación, ahora es momento de ir al solucionario, ubicado al final de la guía didáctica, y revisar sus aciertos y errores.



Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

UNIDAD 6. ELEMENTOS PRINCIPALES DE LA RADIO EN INTERNET



Estimado estudiante en la presente unidad usted conocerá y estudiará los principales elementos que se debe tener en cuenta a la hora de hacer radio en Internet. En este marco aprenderá sobre: la fotografía, el video, el texto, entre otros elementos, que podrá utilizar en sus trabajos radiofónicos.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

6.1. El titular

Como ya habrán escuchado hablar de la importancia del titular en el mundo del periodismo, en el ámbito de la radio en internet no es la excepción. Este elemento es probablemente la clave para captar a nuestra audiencia en el mundo de la web.

Para comprender mejor la importancia del titular en los productos comunicacionales es necesario remontarnos al inicio del periodismo y aunque cueste creerlo, en esta etapa los titulares no existían. “Desde el principio los titulares no se consideraban como aquel detalle destacable y vendible para el negocio de la comunicación, por lo contrario era parte del texto y no cumplía con función alguna, más allá de un simple complemento”. (Yaguana, 2018, p.109)

La historia cuenta que probablemente a partir de la Primera Guerra Mundial se desencadenó la transformación estratégica de los rótulos, lo que de una u otra forma llevó a la redefinición de los titulares.

“A partir de los años 50 es que se logra consolidar la percepción actual sobre la importancia del titular en la información”. (Yaguana, 2018, p.110) Más aún cuando el negocio millonario de la venta de información se consolida.

En todo este contexto, el titular, como elemento atracción toma auge y empieza a ser considerado como el principal elemento de la información.

La estructura de este elemento intenta dar respuesta a las interrogantes que posiblemente el lector de la noticia se hará sobre el hecho a relatar. Así en la Ilustración 17 se muestran los elementos que pueden conformar un titular.

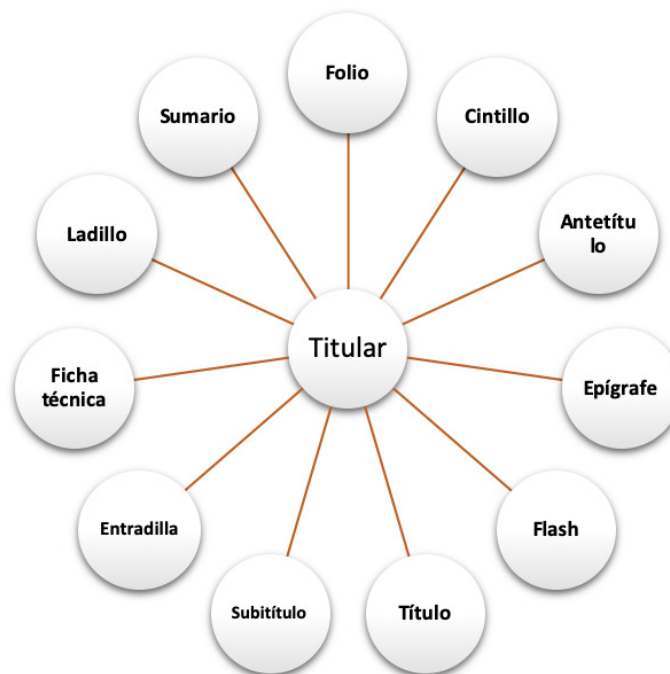


Figura 17. Elementos del titular

Fuente: (Yaguana, 2018, p.111)

Una vez que tenemos claro las conceptualizaciones y componentes del titular es necesario centrarnos en lo concerniente a radio.



♦ ¿Cree usted que la función o el formato del titular cambia en radio?

Para responder esta interrogante debemos recordar que en medios impresos el texto escrito es nuestro método de comunicación, por ello el periodista deberá pulirse mucho en su redacción, sin embargo en el mundo radiofónico el contexto cambia, “se trata de una forma más sencilla de contar un hecho sin pretender expresar una opinión, caracterizándose el relato en vivo, principalmente a través de la claridad, comprensibilidad, brevedad, concisión, precisión y sencillez”. (Yaguana, 2018, p.111)

Por otro lado, en el mundo del internet, la elaboración del titular se ha repensado para dar respuesta a la búsqueda rápida y efectiva de los contenidos. Así nos encontramos frente a un panorama distinto, en donde la funcionalidad del titular debe utilizar palabras claves, que sean el vínculo que permita situar nuestra noticia como primordial en el mar de información presente en la web. E inclusive Yaguana (2018) enfatiza que se debería tener “preferiblemente tres opciones, que se dividirán entre los buscadores, redes sociales y finalmente al portal o página web principal”. (p.113)

En cuanto al uso de este elemento en las radios en internet, se debe tener claro que juega un papel fundamental, pues es el texto que antecederá a nuestro trabajo radiofónico, sin embargo, el producto sonoro que presentaremos debe tener igual nivel de calidad que el titular.

Para conocer la ampliación de este tema, así como algunos consejos sobre cómo llevar a cabo un diálogo en radio, lo invito a leer el texto básico, en las págs. 108 y 114.

6.2. La fotografía

Para explicar el papel que juega la fotografía en el mundo de la radio, es necesario partir de la definición de la fotografía que a decir de Yaguana (2018) consiste “en una forma de expresión artística, estética, magnífica, a través de la cual se refleja un mundo, y se puede difundir a través del mismo, rompiendo fronteras y en ciertos casos la fotografía puede poseer gran valor y poder”. (p. 114)

La fotografía en el mundo de la radio en Internet es un complemento de gran importancia, igual que el titular, las recomendaciones de uso es que esta sea el hipervínculo al contenido sonoro. Sin embargo hay que recordar que nuestra prioridad debe ser siempre el producto sonoro.

La ampliación de esta temática la encontrará en el texto básico, en las págs. 114, 115 y 116.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

6.3. Autor - lector

Para explicar este apartado conviene contextualizar algunos aspectos que han marcado el éxito del Internet, entre los que destacan su gratuidad. Este medio permite además navegar por el mundo y generar conocimiento de manera colaborativa. Además, permite a los usuarios recurrir a las bondades de la libertad de expresión.

Bajo esta realidad, se debe comprender que “esta modalidad de trabajo de los internautas de romper con el esquema tradicional de profesor – estudiante o mejor conocida como autor – lector se ha conjugado para establecer el mecanismo de trabajo y consumo de información en internet”. (Yaguana, 2018, p.117)

Frente a esta dinámica desaparece la figura conocida como autor-lector y nace la figura de colaborador.

6.4. Socio – media

Revise la ampliación de esta temática en el texto básico, en las págs. 117 y 118.

Es “a partir del término lector – autor que permite la comprensión de la generación del conocimiento y la elaboración de artículos científicos dentro del mundo de la red de redes”. (Yaguana, 2018, p. 118)

En este contexto, el producto que ofrecemos a través de la red deberá contar con un componente fuerte de responsabilidad social, en respeto a la libertad que este entorno le entrega y al público al que se dirigen. Esto tomando en cuenta que el Internet no solo persigue fines económicos, sino que es un medio de comunicación a través de cual se puede emprender fines sociales.

Profundice más de la temática en el texto básico, en las págs. 118, 119 y 120.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

6.5. El texto en la radio

Como se ha dicho anteriormente, la característica esencial de la radio es el sonido, sin embargo en la web nos encontramos que existen elementos que pueden agregarle valor y colaborar con el fin de captar a la audiencia, uno de estos es el texto que nos permite sintetizar en una o dos frases el contenido que el público escuchará en nuestro producto radiofónico. Dicho texto deberá estar conformado por las palabras claves que nos permitan efectivizar la búsqueda del trabajo sonoro.



Amplíe el estudio de esta temática en el texto básico, en la pág. 120.

6.6. El video en la radio

En el mundo de la web, la inserción de videos es de suma importancia para complementar la información que se otorga y en algunos casos este video es la esencia y lo que verdaderamente observará el usuario en función del tiempo que posee dado que observar un video relacionado con cualquier tema requiere menos minutos para leer. (Yaguana, 2018, p. 121)

En el mundo de la radio, actualmente se está utilizando la transmisión de streaming, que redes sociales como Facebook ofrecen, para transmitir en vivo los programas y así dar a conocer a los oyentes quienes son aquellos presentadores e invitados que participan en él. Tito Ballester, en su blog de radio, señala que esta acción podría denominarse un detrás de cámaras.

6.7. Evolución hacia la marca

Los medios de comunicación, al igual que cualquier empresa, tienen su propia marca que los caracteriza. En el caso de la radio, estas se diferencian de acuerdo al enfoque o temática que decidan darle a su contenido, así, nos encontramos frente a radios que aunque migraron a la red, mantienen su esencia que las hace únicas y las diferencia de la competencia.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Conozca más sobre la evolución de la marca en radio en el texto básico, en la pág. 122.



En esta unidad hemos estudiado los elementos que usted como futuro profesional de la Comunicación Social debe tener en cuenta a la hora de hacer radio en Internet.

¿Qué elemento es el que más le gustó?

Sin duda todos son importantes a la hora de hacer radio, su desafío estará en conjugarlos efectivamente, de tal forma que cumplan con su fin.

A modo de resumen se presentan algunos ítems que conviene enfatizar de lo aprendido en esta unidad:

- Desde un principio los titulares no se consideraban como aquel detalle destacable y vendible para el negocio de la comunicación, por lo contrario era parte del texto y no cumplía con función alguna, más allá de un simple complemento.
- A raíz del descubrimiento millonario de generar negocios a través de la venta de información, es que se da un proceso de cambio de diseño de los títulos, añadiendo subtítulos y juego de letras.
- El titular en la actualidad lo percibimos como un elemento indispensable, pues este sirve para centrar la atención del público e imponerle el contenido.
- El elemento visual dentro de radio, como medio de comunicación digital, es igual que el titular un complemento necesario.
- Una de las principales revoluciones en Internet a parte de su alcance a las masas es su estado de gratuidad.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

- En la actualidad nos encontramos en un mundo donde no solamente se puede consumir información, sino a demás es posible generarla.
- La radio en Internet y su efectividad recae mayoritariamente en la colaboración que existe entre los usuarios y los generadores de contenidos.
- El texto, en el caso de la radio en internet, alimenta la parte sonora con elementos breves, acompaña el audio que se está escuchando, y en muchas de las ocasiones el texto puede sintetizarse en una o dos líneas o simplemente en palabras claves que acompañan el audio como sucede en el caso de los podcast.
- El video, dentro del ámbito comunicacional permite a quien lo realiza brindar al receptor experiencias únicas que sería muy complejo intentar demostrarlas a través de una solo imagen o un texto.

En el caso de los medios de comunicación, los mismos poseen una marca que hacen que se diferencien unos de otros. Así, haciendo mención a las radios, las mismas tienen una marca que las caracteriza y las hace únicas.

Actividad recomendada para el aprendizaje



Estimado estudiante, como parte del proceso de aprendizaje a continuación le invito a realizar la siguiente actividad.

- Revisar la unidad 6: Elementos principales de la radio en Internet, el titular, la fotografía y autor-lector, de la guía didáctica.
- En el chat de tutoría exponga sus inquietudes académicas de la unidad 6. La lectura de los temas le ayuda a determinar la importancia del uso del texto y el video de la radio por Internet.
- Realice la actividad recomendada al culminar la unidad seis de la guía didáctica (autoevaluación 6)

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Autoevaluación 6



Estimado estudiante le animo a desarrollar las siguientes preguntas, que le permitirán evaluar los conocimientos adquiridos en la presente unidad.

Encierre o subraye la respuesta correcta

1. Un titular puede servir para dos cosas aparentemente contrarias:

- a. Para enganchar a la audiencia.
- b. Para brindar un resumen de la noticia.
- c. Para incitar al lector a leer información que viene o para darla por leída y continuar.

2. El Epígrafe es:

- a. El que señala el tema y puede también incluir información geográfica sobre la noticia.
- b. Son aquellos títulos que se encuentran dentro del cuerpo de la noticia, previo a cada columna.
- c. Son frases textuales, extraídas del texto principal.

3. El Folio es:

- a. Este elemento indica el nombre de la publicación, la fecha y número de página.
- b. Es el que señala el tema y puede también incluir información geográfica sobre la noticia.
- c. Son aquellos títulos que se encuentran dentro del cuerpo de la noticia, previo a cada columna.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

4. **¿Cuál de los siguientes ítems no constituye un consejo para llevar a cabo el diálogo y narración de la información para radio?**
 - a. Oraciones coordinadas que subordinadas.
 - b. Palabras concretas que abstractas.
 - c. Lectura textual del guion.

5. **El titular se modifica por completo en el mundo sonoro, y por ende su funcionalidad, en este contexto, una de las funciones principales es:**
 - a. Situar al oyente en el contenido de la noticia.
 - b. Resumir la noticia.
 - c. Contestar las seis preguntas básicas: ¿qué? ¿quién? ¿cómo? ¿cuándo? ¿por qué? ¿dónde?

6. **Uno de los principales beneficios que ha producido la digitación sobre la fotografía es:**
 - a. Eliminar el trabajo del fotógrafo.
 - b. Mejorar la calidad fotográfica.
 - c. Descartar la edición de la fotografía.

7. **Es recomendable utilizar la fotografía dentro de portales web de radio como:**
 - a. Si fuera un titular.
 - b. Se utiliza el lead.
 - c. Un hipervínculo ha contenido sonoro.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

8. La radio en Internet y su efectividad recae mayoritariamente en la colaboración que existe entre:

- a. Los usuarios y los generadores de contenidos.
- b. Entre el productor y el locutor.
- c. Entre los directivos de los medios y los periodistas.

9. En el caso de la radio, el texto se constituye en:

- a. El elemento principal del producto radiofónico.
- b. Después del titular, es el que sigue en importancia.
- c. Acompañamiento del audio que se está escuchando, es una síntesis de una o dos líneas.

10. La radio siempre va a ser sonido, voz, música y magia, por lo tanto aquello es:

- a. Lo que la hace pertenecer a los medios de comunicación.
- b. Una característica general, con la que cuentan todos los medios de comunicación.
- c. Su marca, es lo que la diferencia de los demás medios de comunicación.

Una vez culminada la autoevaluación lo invito a revisar las claves de respuesta al final de documento.



Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

UNIDAD 7. GAMIFICACIÓN EN LA RADIO



Esta unidad sin duda será de mucho agrado, pues usted tendrá la oportunidad de profundizar sus conocimientos en el ámbito de los juegos, videojuegos y una nueva propuesta que nace desde la radio en Internet, los audiogames. Bienvenido.

Hablar de juegos, un término que es común para nosotros desde nuestros primeros meses de vida. Podríamos inclusive decir que es parte de nuestra naturaleza, que despierta en el individuo la creatividad, desarrollando y potenciando así, ciertas habilidades que nos caracterizan.

Tal es la popularidad de esta actividad humana que ha sido estudiada desde diversos ámbitos, entre los que destacan la educación. En este punto citaremos a los videojuegos que a decir de Yaguana (2018) “la hegemonía causada por los videojuegos dentro de los públicos, jóvenes principalmente, dio pie para la implantación de técnicas en otros campos como el empresarial y educativo, es allí donde aparece la palabra gamificación” (p.124). Entendido este término como “el uso de los elementos del juego en contextos no lúdicos”.

En el ámbito del periodismo también encontramos a la gamificación que da inicio en el 2007, con la propuesta de Gonzalo Frasca, de las newgames, que consiste en informarse jugando.



¡Qué divertido! ¿Verdad?



A esta propuesta le seguiría muchas más, como los reality games, docugames, entre otras.

Como dato novedoso, conviene saber que The New York Time pasó a la historia por convertirse en el primer periódico que gamificó un artículo. ¡Qué tal!

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

7.1. Audiogames en la radio

Una vez que hemos contextualizado la presencia e importancia de los juegos en la vida del ser humano, conviene adentrarnos en la propuesta que Yaguana (2018) nos presenta: los audiogames, entendido como una técnica mini de gamificación a partir del sonido, pues a decir del autor, “si las condiciones están dadas debemos intentar darle un nuevo enfoque al producto sonoro ofrecido desde nuestras emisoras online”. (p. 127)

Recordemos entonces que el sonido siempre estuvo presente, por ejemplo, desde el inicio de los videojuegos, aunque quizá no jugó un papel protagónico, hoy se constituye en un elemento básico de los mismos, por tal razón, en la actualidad se usan sonidos envolventes, cuadrafónicos, de simulación, entre otros.

Conviene entonces comenzar a explorar las posibilidades de audiogames, que desde la radio en Internet se podría proponer. Para ello, es necesario tener claro nuestros tipos de usuarios. Según Bartle (1996) existen cuatro tipos de jugadores que se citan en la siguiente ilustración.



Figura 18. Tipos de jugadores

Fuente: Bartle, 1996 (citador por Yaguana, 2018, p.127-128)

Para conocer más de la temática lo invito a revisar el texto básico, en las págs. 127 y 128.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

7.2. Variedad de audiogames

En este apartado queremos mostrarle algunos ejemplos de propuestas de audiogames, que nacen de sus compañeros de la carrera de Comunicación Social, trabajados al interior de MediaLab UTPL, los mismos se detallan en la siguiente figura.



Figura 19. Ejemplos de audiogames

Fuente: (Yaguana, 2018, p.129 – 131)

Conozca más detalles de estas propuestas de audiogames en el texto básico, en las págs. 129 a la 131.



¿Le gustaron las temáticas abordadas en esta unidad?

Si usted es de quienes gusta aprovechar sus tiempos libres en actividades como videojuegos, seguro que le fascinó esta unidad.

Como habrá podido evidenciar, la radio en internet hoy nos ofrece una infinidad de posibilidades, como lo audiogames.

A modo de resumen se presentan algunos ítems que conviene enfatizar de lo aprendido en esta unidad:

- En el caso de los videojuegos, su anatomía se ha constituido por el alineamiento entre las máquinas informáticas, la aparición del audiovisual y

el deseo del hombre por experimentar y crear nuevos elementos de ocio y placer.

- La gamificación produce y crea experiencias, crea sentimientos de dominio y autonomía, dando lugar a un considerable cambio del comportamiento en ellas.
- La gamificación está siendo mayormente aplicada en la enseñanza, su potencial no puede ser desaprovechado por los medios de comunicación, principalmente por quienes están cambiando del mundo analógico al digital.
- A decir de Marcus Bôsh un error común es no entender que no todo puede convertirse en un juego o infravalorar el efecto de una buena mecánica de juego: la mecánica es el elemento transportador del significado.

Los audiogames no son exactamente juegos, pero sí usan acciones adscritas al juego como la competición, el estatus, rompecabezas, etc.

Actividad recomendada para el aprendizaje



Estimado estudiante, como parte del proceso de aprendizaje a continuación le invito a realizar la siguiente actividad.

- Realice un análisis del texto leído en la Unidad 7 y posteriormente señale las ideas principales y secundarias.
- En el chat 1 de tutoría sobre la unidad 7, exponga sus inquietudes académicas planteando las siguientes interrogantes: ¿Desde cuándo a la radio se la utiliza como un juego sonoro? ¿Cómo podemos aplicar la gamificación en la radio o el periodismo”.
- En el chat 2 de tutoría sobre la unidad 7, exponga sus inquietudes académicas de la lectura de la unidad siete “la gamificación en la radio”, considere el tema de la variedad de audiogames.

- Revisar los ejemplos de audiogames de la página utplradio <https://bit.ly/2O5GySV>
- Suscríbase a la página de Educaplay <https://es.educaplay.com/>
- Tomando como base los ejemplos de los audiogames trabajados en el MediaLab UTPL, proponga un bosquejo de audiogames y socialícelo con sus compañeros.
- Realice la autoevaluación 7. Luego que responda revise las respuestas al final en el solucionario.

Índice

Preliminares

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Autoevaluación 7



Estimado estudiante le animo a desarrollar las siguientes preguntas, que le permitirán evaluar los conocimientos adquiridos en la presente unidad.

Encierre o subraye la respuesta correcta.

1. Los videojuegos parten de la noción filosófica de:

- a. Los Mundos Posibles introducida por Leibniz en su obra “La Monadología”.
- b. Audiogames introducida en el libro “Ecosistema Radiofónico”.
- c. Marconi.

2. En el caso de los videojuegos su anatomía se ha constituido por:

- a. Los elementos básicos que encontramos en radio y televisión.
- b. El alineamiento entre las máquinas informáticas, la aparición del audiovisual y el deseo del hombre por experimentar y crear nuevos elementos de ocio y placer.
- c. Elementos del mundo analógico y digital.

3. La gamificación es:

- a. Un anglicismo proveniente del neologismo gamification.
- b. El arte de desarrollar videojuegos.
- c. Se constituye en una forma de influir en el comportamiento.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

4. Las Noticias de actualidad gamificadas se denominan:

- a. Newsgames.
- b. Docugames.
- c. Political games.

5. El primer medio impresos que gamificó un artículo fue:

- a. El País.
- b. The New York Times.
- c. The Washington Post.

6. ¿Por qué antes no se jugaba con el sonido como se pretende hacer hoy?

- a. No era de interés de los miedos de comunicación.
- b. En vista de que no existía la interfaz capaz de atrapar el sonido.
- c. Porque la radio analógica falló en sus intentos sobre el tema.

7. De acuerdo a Bartle (1996) existen cuatro tipos de jugadores. En este contexto los “Triunfadores” son:

- a. Usuarios cuyo objetivo principal es la competición, ganar al resto de usuarios se convierte en su principal motivación.
- b. Aquellos usuarios que entran de cabeza en el principio de recompensas. Su objetivo principal es resolver retos y recibir premios.
- c. Los que quieren explorar la plataforma y descubrir todas las opciones que el sistema les ofrece.

[Índice](#)

[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

8. Los jugadores denominados Competidores son:

- Usuarios cuyo objetivo principal es la competición, ganar al resto de usuarios se convierte en su principal motivación.
- Aquellos usuarios que entran de cabeza en el principio de recompensas. Su objetivo principal es resolver retos y recibir premios.
- Los que quieren explorar la plataforma y descubrir todas las opciones que el sistema les ofrece.

9. Los jugadores denominados Sociables son:

- Usuarios para los que las funciones sociales del juego son más importantes que el juego en sí.
- Aquellos usuarios que entran de cabeza en el principio de recompensas. Su objetivo principal es resolver retos y recibir premios.
- Los que quieren explorar la plataforma y descubrir todas las opciones que el sistema les ofrece.

10. Los jugadores denominados Exploradores son:

- Usuarios para los que las funciones sociales del juego son más importantes que el juego en sí.
- Aquellos usuarios que entran de cabeza en el principio de recompensas. Su objetivo principal es resolver retos y recibir premios.
- Los que quieren explorar la plataforma y descubrir todas las opciones que el sistema les ofrece.

No olvide revisar las claves de respuesta de esta autoevaluación, al final de la guía didáctica, a fin de conocer su dominio sobre el tema tratado en la unidad.



Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Actividades de aprendizaje evaluadas

- Utilizando la plataforma de Educa Play, es gratuita, elija un tema de su interés y construya su primer audiojuegos. Le recomiendo que antes de construir, revise los ejemplos que se exponen en la página de utpl radio <https://bit.ly/3n7hGtw>

Actividades finales del bimestre

- Realice la segunda evaluación parcial (cuestionario) con respecto a los contenidos de la séptima y octava unidad.
- Realice la evaluación presencial del primer bimestre en su centro universitario.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



7. Solucionario

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Una de las innovaciones de la física que marcó un hito en el ámbito de la comunicación es la transmisión de información mediante ondas electromagnéticas.
2	a	La primera emisora radiofónica regular que apareció en Estados Unidos, el 2 de noviembre de 1920, fue KDKA de Pittsburgh, Pensilvania, dirigida por Frank Conrad.
3	c	Argentina fue el país pionero de la radiodifusión en Latinoamérica. El 27 de agosto de 1920, desde el Teatro Coliseo se difundió la ópera Parsifal, evento histórico con el que se da inicio a la radiodifusión regular en este país.
4	b	La radio con la que surge la radiodifusión en el Ecuador es “El Prado”, que inicia su transmisión el 13 de junio de 1929 en la ciudad de Riobamba.
5	a	Para la decodificación: los primeros aparatos que aparecieron en 1920 fueron los llamados de Galena, receptores de AM, empleaban un cristal semiconductor de sulfuro de plomo, también llamado galena para “detectar o captar” las señales de radio en Amplitud Modulada o AM en la banda de Onda Media (530 a 1700 kHz) u Onda Corta. (Yaguana, 2018, p.22)
6	b	Desde la época de oro de la radio, esta ha realizado grandes esfuerzos para superar los formatos lineales, pues desde siempre se ha buscado presentar al público formatos llamativos y disruptivos.
7	b	Una de las lecciones de la narrativa es considerar al usuario mientras se programa, es decir, dotarle de protagonismo.

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
8	a	<p>El autor de narrativa electrónica es un coreógrafo que proporciona: los ritmos, el contexto y los pasos para bailar. El usuario, ya sea navegador, protagonista, explorador o constructor, simplemente utiliza este repertorio de pasos y ritmos posibles para improvisar un baile particular entre las muchas posibilidades que el autor ha preparado. (Yaguana, 2018, p.29)</p>
9	c	<p>A decir de Yaguana (2018) es necesario “mirar y analizar técnicas actuales de la comunicación digital como el transmedia y el crossmedia para la articulación, difusión y comercialización de uno o varios productos, bien sea por canales diferentes o complementarios”.(p.29)</p>
10	a	<p>La imagen es hoy una base fundamental sobre la cual se asientan los medios de comunicación. En este sentido la imagen se dirige más a la efectividad de los receptores y menos a la razón, invoca un pensamiento mágico que lógico.</p>

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Una de las definiciones más clara sobre las pantallas es que estas son una dimensión fundamental, pues deben adaptarse tecnológicamente y como objeto de diseño a los espacios donde interactuamos con ellas.
2	b	De acuerdo al informe de Nielsen, denominado “Screen Wars: The battle for eye-space in a tv every-where world” realizado en marzo del 2015 el 63% de la población cree que mientras la pantalla sea más grande es mejor.
3	a	El origen etimológico de pantalla no se encuentra claro pero muchos de los expertos señalan que proviene del catalán “pantalla”, que surgió a partir de la combinación de pámpol y ventalla. Pero en nuestro idioma, el término tiene diversos usos. (Yaguana, 2018, p. 39)
4	c	El primer cine sonoro en la historia del cine, ocurrió en 1927 con el estreno de El cantor de jazz de Alan Crosland interpretada por Al Jolson. (Yaguana, 2018, p. 42)
5	c	La principal ventaja de la radio galena era su bajo coste y que no necesitaba alimentación externa, ya que toda la energía la recibía de las propias ondas de radio. Esto tenía como resultado un bajo nivel del audio, que además variaba con el nivel de señal que se captaba. (Yaguana, 2018, p. 47)
6	a	La radio en Internet, se la conoce también como iRadio, Smart radio o Streamcasting de audio.
7	a	A partir de finales del 2004, el uso de streamcasting de audio ha ido declinando a favor del podcasting, método alternativo basado sobre RSS que ofrece múltiples beneficios imposibles previamente. (Yaguana, 2018, p. 50)
8	c	El sistema de radio digital terrestre en los Estados Unidos se basa en el servicio de transmisión IBOC (In-Band On-Channel o en-la-banda, sobre-el-canal), desarrollado por Iquity Digital Corp. (Yaguana, 2018, p.49)

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
9	c	Hay que entender que la telefonía móvil dispone de una pantalla de menor dimensión que una tableta o un ordenador, por tanto, la producción que se haga tiene que ser totalmente diferente. No se puede acarrear los mismos contenidos del portal tal cuales. (Yaguana, 2018, p. 52)
10	b	En el mayor de los casos internet ha sido considerado como un sustituto de los medios de comunicación como la radio, televisión y prensa, sin embargo este atributo es apartado de la realidad palpable que verifica que los medios de comunicación no han desaparecido.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Autoevaluación 3		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	<p>Las redes sociales se han convertido en aquel portal que ha proporcionado cambios socioeconómicos a gran escala. El movimiento que se crea a raíz de la interacción que se produce entre millones de personas es equivalente y aún más sobresaliente que lo que sucede en los medios de comunicación de masas, como lo es el periódico, la televisión y la radio en su formato tradicional. (Yaguana, 2018, p. 55)</p>
2	a	<p>Dentro del mundo digital, existen dos tipos de redes sociales. Existen aquellas redes sociales que son directas y otras denominadas indirectas. La principal diferencia entre ambas radica en su funcionalidad y enfoque. (Yaguana, 2018, p. 58)</p>
3	c	<p>Sin duda la llegada de Internet representó un paso agigantado en los procesos de comunicación. Inicialmente en la historia de la red de redes, la interacción o la creación de un espacio en el que los usuarios de Internet pudieran relacionarse surgió a inicios de los años 2000. Entre los principales que despegaron como las primeras redes sociales, son: Friendster, Tribe y Myspace. (Yaguana, 2018, p. 59)</p>
4	b	<p>El medio social que probablemente es la más emblemática dentro de la evolución Web 2.0. es Facebook, por la gran cantidad de adeptos que a lo largo de su historia ha ganado.</p>
5	b	<p>La mayor parte de las redes sociales se han consolidado con la plena intención de convertirse en ideas millonarias que abarcan no únicamente espacios de interacción, sino además espacios de consumo.</p>
6	b	<p>De todas las características que la radio tradicional ha obtenido al estar en internet, quizá una de las más profundas e importantes es la Interactividad</p>

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 3		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
7	c	Este nuevo panorama que nos presenta la radio del siglo XXI ejerce una fuerte presión para que sean repensadas y analizadas las rutinas de producción y distribución de contenidos. En el primer caso, los equipos de producción deben estructurar contenidos que estén alineados a los intereses mayoritarios de sus audiencias, y a su vez, estar atentos a los contenidos que esas audiencias emiten. En cuanto a la distribución, uno de los caminos que se le pone al frente a la radio por Internet son las redes sociales. (Yaguana, 2018, p. 61)
8	b	Las principales redes sociales con las que la radio va haciendo empatía son Facebook y Twitter, dejando de lado los Blogs y el Messenger que en años anteriores fueron los más cercanos. (Yaguana, 2018, 2018, p.63)
9	c	Twitter se presenta como herramienta de comunicación clave, sus características: 140 caracteres, facilidad de uso, inmediatez y simultaneidad, hashtag, interacción con el consumidor con los replies o retweets y cuya velocidad de posteo lo convierte comunicacionalmente en el elemento más parecido a la voz, elemento principal de la radio (Barbero, 2009)
10	c	En las redes sociales, las emisoras de radio han mejorado sus contenidos con elementos inherentes al medio digital, en particular la hipertextualidad, imagen y video, todo ello a través de los enlaces por medio de redes sociales. (Yaguana, 2018, 67)

Índice
Preliminares
Primer bimestre
Segundo bimestre
Solucionario
Referencias bibliográficas



Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Denominamos código binario a la técnica operativa que es un decodificador de instrucciones de computador, conformado por los dígitos 0 y 1. A pesar de que el código binario se encuentra presente en el mundo virtual, esta teoría llegó a su práctica siglos atrás con el desarrollo de la aritmética y matemática. (Yaguana, 2018, pp. 69,70)
2	c	A partir del nacimiento de la red de redes, se plasman cambios y evoluciones trascendentales apuntando a una tercera revolución industrial suscitada por la Red, ya que no existe mayor acontecimiento que aquel que modifica las maneras de convivencia cotidianas. (Yaguana, 2018, p. 70)
3	a	Desde sus inicios, el mundo virtual creado por el ser humano ha transformado varias actividades del día a día y les ha dado su propio nombre. Dentro de las Ciencias de la Comunicación, las industrias comunicacionales se han visto en la obligación de trasplantarse y repensar su modalidad de trabajo, dejando en el pasado métodos convencionales y aparentemente obsoletos. (Yaguana, 2018, p. 71)
4	b	En la actualidad emerge una radio técnicamente diferente con aportaciones para la innovación de los lenguajes, contenidos y del propio modelo radiofónico.
5	c	La multilinealidad es la nueva forma de relacionarse dentro del actual paradigma creado por internet y la tecnología digital. Los sistemas lineales y jerárquicos han sido sustituidos por la redacción en red, la cual se vale de nodos, enlaces y uniones para confeccionar una novedosa escritura electrónica, que a más de ser vistosa, entretenida y atrapante que fragmenta por completo con la escritura tradicional del texto. (Yaguana, 2018, 73)

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
6	a	<p>“Sociomedia” sugiere que los medios informáticos deben existir para fines sociales: como una media de objetivar cambio y colaboración, invocar, comentar, modificar, y recordar pensamientos e ideas (incluyendo “información”). En esencia, entonces, “sociomedia” significa que cuando diseñamos los soportes informáticos estamos creando además un mecanismo para la construcción social del conocimiento (Barrett, 1992).</p>
7	a	<p>Más que la misma información es la estructura lo importante. La distribución de los contenidos dentro de la pantalla es fundamental, pues de su ubicación dependerá qué es importante o no. Por tanto se debe tener mucho tino al momento de enlazar los hipervínculos. Insertar enlaces dentro de cada lexía tiene sus beneficios, entre ellos la sencillez, facilidad para crearlos y su permanencia: no se mueven ni se pierden. (Yaguana, 2018, pp. 79, 80)</p>
8	b	<p>Sin duda alguna una de las más importantes revoluciones del mundo de Internet es la hipermedia, porque ha demostrado ser un servicio con múltiples habilidades que conducen a la excelencia del consumo de la información en la web y que además persigue un fin social y democrático sobre el conocimiento, siendo un aliado de los medios de comunicación que se trasladan o inician sus vidas en la red de redes. (Yaguana, 2018, pp. 83, 84)</p>
9	c	<p>El software de radio, que hoy en día, es de uso personal y de fácil obtención facilita a cualquier individuo realizar actividades de edición, automatización, difusión sonora e incluso de administración y de rentabilidad de nuevos productos. No obstante, hay ciertos procesos informáticos que más cercanos y compatibles están al lenguaje radiofónico, uno de ellos es el hipertexto o hipermedia. (Yaguana, 2018, p. 84)</p>

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
10	b	<p>El reto de los productores y realizadores radiofónicos deben aprender a establecer un nuevo diálogo multimedia. Debe lograr superar nociones tan arraigadas a la cultura de la producción radiofónica tradicional como la linealidad o los límites de inicio y de fin que han enmarcado por años a todos los géneros y formatos de radio. (Yaguana, 2018, 86)</p>



Índice
Preliminares
Primer bimestre
Segundo bimestre
Solucionario
Referencias bibliográficas

Autoevaluación 5		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Según Eliezer Braun (1992), Marconi a la edad de 22 años inventó en 1895 la radiotelegrafía. Un sistema de comunicación telegráfica por medio de ondas radioeléctricas, a manera de un telégrafo sin hilos, y el 2 de junio de 1896, Marconi patentó la radio.
2	a	El proceso de descargar archivos de podcast así como el desarrollo de programas de podcasts es conocido como podcasting. (Yaguana, 2018, p. 91)
3	b	Los podcasts o audioblogs como eran llamados inicialmente, comenzaron como un esfuerzo colaborativo de Dave Winer y Adam Curry. En el 2001, ambos analizaban sobre una mejor forma de entregar audio y video vía Internet y observaron que el nuevo formato XML llamado Really Simple Syndication (RSS) era la clave para cumplir su objetivo. (Yaguana, 2018, p. 90)
4	a	El podcasting es el proceso para descargar archivos de podcast así como el desarrollo de programas de podcast.
5	c	Ramos (2015), define a iVoox como un audio-kiosco para escuchar radio online y podcast. Una gran plataforma social donde se puede reproducir, descargar y compartir audios de todo tipo de temáticas.
6	b	Una de las principales características de los podcast es el bajo costo, pues la producción es de fácil acceso.
7	c	Un podcast puede contener audio o video; sin embargo, aquellos archivos que contienen tanto audio como video juntos se denominan vodcast.
8	b	Los podcast que abarcan varios temas expuestos secuencialmente y los locutores emiten comentarios de los temas noticiosos planteados se denominan tertulias.
9	a	Los podcast dramáticos son programas radiales convertidos en podcast que llegan después de mucho tiempo, y no han perdido el atractivo que tuvieron desde el inicio.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 5		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
10	a	Los podcast que se insertan en el ámbito de las tecnologías en la educación se llaman Profcast.



Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 6		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	Un titular puede servir para dos cosas aparentemente contrarias, que son: para incitar al lector a leer información que viene o para darla por leída y continuar.
2	a	El epígrafe “es el que señala el tema y puede también incluir información geográfica sobre la noticia”. (Yaguana, 2018, p. 111)
3	a	El folio “es este elemento que indica el nombre de la publicación, la fecha y número de página”. (Yaguana, 2018, p. 112)
4	c	Los consejos para llevar a cabo el diálogo y narración de la información para radio son entre otros “oraciones coordinadas que subordinadas”, y “palabras concretas que abstractas”. Por ende “lectura textual del guion” no constituye uno de estos consejos.
5	a	El titular se modifica por completo en el mundo sonoro, y por ende su funcionalidad, en este contexto, según Martínez Costa (2002) indica que este elemento no es telegráfico como en el caso de la prensa y que su funcionalidad recae principalmente en dos funciones: situar al oyente en el contenido de la noticia y captar su atención para lo que se va a presentar a continuación.
6	b	Los principales beneficios que ha producido la digitalización sobre la fotografía son: facilitar la edición con fines publicitarios; mejorar la calidad fotográfica; facilidad para compartir sin pérdida de calidad; mayor facilidad de almacenamiento; evita la destrucción del material fotográfico; y desmaterialización y portabilidad. (Yaguana, 2018, p. 115)
7	c	Es recomendable utilizar la fotografía dentro de portales web de radio como un hipervínculo a contenido sonoro. Esta clase de operatividad se la puede observar en páginas radiales como la BBC radio. (Yaguana, 2018, p. 16)

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 6		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
8	a	La radio en Internet y su efectividad recae mayoritariamente en la colaboración que existe entre los usuarios y los generadores de contenidos.
9	c	En el caso de la radio en Internet, el texto alimenta la parte sonora con elementos breves, acompaña al audio que se está escuchando, y en muchas de las ocasiones el texto puede sintetizarse en una o dos líneas o simplemente en palabras clave que acompañan el audio como sucede en el caso de los podcast. (Yaguana, 2018, p. 120)
10	c	La radio está en la Red y se sirve de una gran variedad de recursos multimedia que la enriquecen y contribuyen a incrementar el número de oyentes; pero se debe tener en mente que la radio siempre va a ser sonido, voz, música y magia, por lo tanto aquello es su marca, es lo que la diferencia de los demás medios de comunicación y en función de ello es que va a evolucionar. (Yaguana, 2018, p. 122)

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Autoevaluación 7		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Los videojuegos parten de la noción filosófica de los Mundos Posibles introducida por Leibniz en su obra La Monadología, desde entonces ha sido un motivo de fascinación para los filósofos. (Yaguana, 2018, p. 123)
2	b	En el caso de los videojuegos, su anatomía se ha constituido por el alineamiento entre las máquinas informáticas, la aparición del audiovisual y el deseo del hombre por experimentar y crear nuevos elementos de ocio y placer. (Yaguana, 2018, p. 124)
3	a	La gamificación es un anglicismo proveniente del neologismo gamification.
4	a	La gamificación en el periodismo ha originado un primer formato llamado newsgames, noticias de actualidad gamificadas, el término fue propuesto por Gonzalo Frasca en el 2007 para referirse al acto de informarse jugando. (Yaguana, 2018, 125)
5	b	The New York Times pasará a la historia por convertirse en el primer periódico que gamificó un artículo. En 2013, la pieza más leída de su web fue un juego de preguntas y respuestas sobre los distintos acentos estadounidenses que colocaba al lector en un mapa interactivo del país. Desde entonces numerosos medios de comunicación han ido probando fórmulas e introduciendo estos juegos interactivos como vía para incentivar la participación y fidelizar lectores. (Yaguana, 2018, p. 125)
6	b	Referente a la interrogante ¿por qué antes no se jugaba con el sonido como se pretende hacer hoy? Simplemente porque no existía la interfaz capaz de atrapar el sonido, hoy gracias al ordenador y a plataformas digitales, no sólo podemos guardar el sonido, sino también: mezclarlo, relacionarlo unos con otros sonidos, integrarlo en los software con elementos visuales y textuales. (Yaguana, 2018, pp. 126-127)

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 7		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
7	b	De acuerdo a Bartle (1996) existen cuatro tipos de jugadores. En este contexto los “Triunfadores” son aquellos usuarios que entran de cabeza en el principio de recompensas. Su objetivo principal es resolver retos y recibir premios.
8	a	Los jugadores denominados Competidores son los usuarios cuyo objetivo principal es la competición, ganar al resto de usuarios se convierte en su principal motivación.
9	a	Los jugadores denominados Sociables son usuarios para los que las funciones sociales del juego son más importantes que el juego en sí.
10	c	Los jugadores denominados Exploradores los que quieren explorar la plataforma y descubrir todas las opciones que el sistema les ofrece.

Índice

Preliminares

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas





8. Referencias bibliográficas

Índice

Preliminares

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Yaguana, H. (2014). *Guía didáctica de radio*. Ecuador: Ediloja

Campalans, C., Renó, D. & Gosciola, V. (2014). *Narrativas Transmedia: entre teoría y prácticas*. Barcelona: UOC.

Capdevila, E. & Gabay, S. (2016). *Taller de Producción Radiofónica 1. Argentina: Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata*. Recuperado de: <https://bit.ly/3jh9q7E>

Cebrián, M. (2008). *La radio en internet*. Buenos Aires: La Crujía.

Cebrián, M. (2001). *La radio en la convergencia de la multimedia*. Barcelona: Ed. Gedisa S.A.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Jordán, J. (2010). *La era digital: Nuevos Medios, Nuevos Usuarios, Nuevos Profesionales*. México Razón y Palabra. Recuperado de: <https://bit.ly/1oj0w6E>

Márquez, I. (2015). *Una genealogía de la pantalla del cine al teléfono móvil*. Madrid: Anagrama.

Pavlik, J. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Rincón, O. (2016). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entrenamiento*. Estaña: Gedisa.

Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios. Barcelona: Gedisa.

Soengas, X. (2009). *Investigar la comunicación en Loja Ecuador: Nuevos horizontes del periodismo radiofónico*. Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja.

[Índice](#)

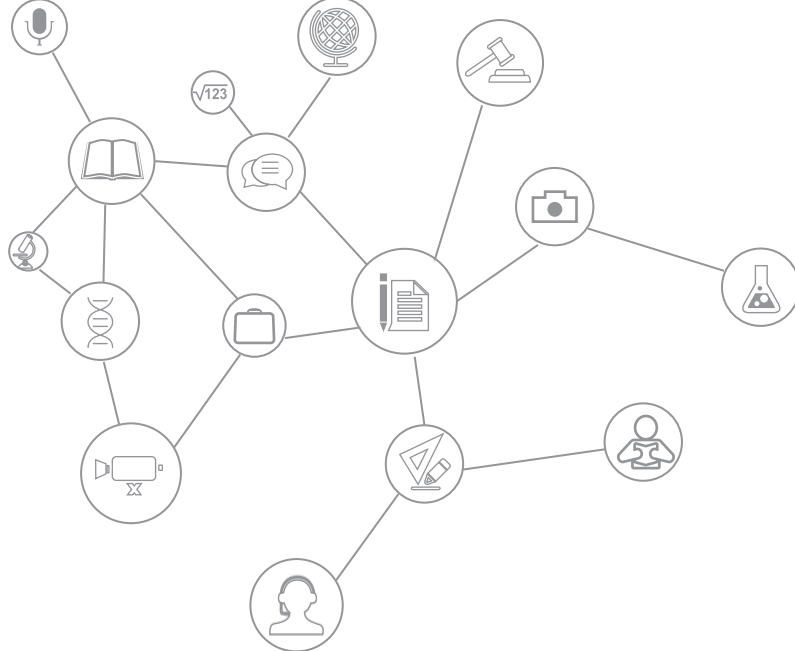
[Preliminares](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)



Índice

Preliminares

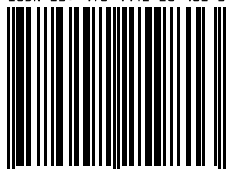
Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

ISBN-13: 978-9942-25-961-3



9 789942 259813



PERI_1120