

**LA INCORPORACIÓN DE INICIATIVAS INNOVADORAS DE CONTENIDOS Y
TECNOLOGÍAS EN LA RADIO PÚBLICA: CASO RTVC (SEGUNDA FASE 2022 – 2023)**

Informe final de investigación

García Castañeda, Yivany Andrea
Martínez Banfi, Hermes
Ruiz Herrera, Diana Elizabeth

**DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA
GRUPO DE INVESTIGACIÓN ICOM
NOVIEMBRE 2023**

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Título:	La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- Caso RTVC. Segunda Fase	Convocatoria:	Interna 2022
Grupos de investigación:	ICOM	Entidad Proponente de la Convocatoria:	Fundación Universitaria Compensar
Líneas de investigación:	Comunicación, medios y prácticas sociales.	Duración en Meses:	10 meses (con prórroga a noviembre de 2023)
		Presupuesto total:	
Fecha Inicio:	Parte I 8 de agosto de 2022 – 25 de noviembre de 2022	Fecha Fin:	Parte II 15 de enero al 30 de mayo de 2023 (Con prórroga a 30 de noviembre de 2023)
Objetivo estratégico o institucional:	Maximizar la excelencia académica		
Palabras clave:	Radio pública, innovación, contenidos, emisoras de Paz.		
PERSONAL INVOLUCRADO			
Nombre	Función / Rol en el Proyecto	Institución	Horas Semanales
Yivany Andrea García Castañeda Investigadora Principal UCompensar 10	Investigadora Principal	UCompensar	10
Diana Elizabeth Ruiz Herrera Coinvestigadora UCompensar 5	Coinvestigadora	UCompensar	5
Hermes Martínez Coinvestigador RTVC 5	Coinvestigador	RTVC	5

ALIADOS EFECTIVOS DEL PROYECTO

Institución	Sector	Contacto (E-mail y Teléfono)	Posible monto financiero a aportar
RTVC (Radio Televisión Nacional de Colombia).	Público Hermes Martínez – hmartinez@rtvc.gov.co	Horas nómina del coinvestigador	Horas nómina del coinvestigador

RESUMEN EJECUTIVO

Durante el 2021 y el 2022, se desarrolló en alianza con la RTVC el proyecto de investigación “La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- Caso RTVC”, con el objetivo de sistematizar experiencias de esta institución del Estado, respecto de la vinculación de procesos innovadores en lo público y en los medios con base en los principios de innovación pública de la Dirección Nacional de Planeación (2020) y los postulados de la innovación en medios del texto Making Sense of Media Innovations de los autores Arne H. Krumsvik, Stefania Milan, Niamh Ní Bhroin, and Tanja Storsul (2019). En este orden de ideas, el proyecto ejecutado en 2021-2022, arrojó luces importantes acerca de la incorporación de iniciativas innovadoras, específicamente en tres contenidos desarrollados por la RTVC a saber: L.A.B.R.I.A, Radiolaboratorio y Exploremos. Estos contenidos se analizaron a la luz de criterios como su capacidad para responder a un reto público, la participación de las audiencias en la construcción del contenido y la innovación en medios respecto de elementos como: la innovación de producto, proceso, posición, género, paradigmática y social. Con respecto a la innovación pública, se revisaron los siguientes criterios en las tres piezas radiofónicas definidas para el corpus: Empática, experimental, ágil, constructiva, tecnológica, colectiva, integral y orientada al futuro.

De manera simultánea, se realizaron entrevistas semiestructuradas con productores y personas de la RTVC encargadas del desarrollo e implementación de las tres iniciativas: L.A.B.R.I.A, Radiolaboratorio y Exploremos, quienes desde su voz y experiencia dieron cuenta del cumplimiento de las características de la innovación en medios y en lo público, a través de la socialización de los procesos institucionales para la construcción de los contenidos.

Es en este marco, que se plantea la segunda fase del proyecto, teniendo en cuenta que como resultado de la primera fase, se construyó un protocolo para la producción radiofónica innovadora en lo público y en los medios para RTVC de tal manera que una de las Emisoras de Paz se convierta en la emisora piloto para la implementación del mismo, con el objetivo de materializar la misión de la RTVC en los territorios respecto de

la participación ciudadana. La metodología que orientará esta segunda fase es una sistematización de la experiencia piloto en la Emisora de Mesetas (Meta), perteneciente a la RTVC y con la cual se pretende indagar por la pertinencia, coherencia y aplicabilidad del protocolo para la innovación radiofónica.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Acuerdo de Paz firmado entre el gobierno nacional y la guerrilla de las FARC-EP en 2016 contempló la creación de 20 emisoras de interés público, con el ánimo de materializar el compromiso de hacer pedagogía sobre los elementos centrales de la implementación de los Acuerdos y los retos nacionales que conllevan este proceso.

En consonancia con este compromiso y desde 2014 la Radio Nacional de Colombia inició un proyecto de descentralización de la radio que busca generar contenidos locales pensados por y para los habitantes de las regiones del país. Es así como la emisora tiene un máster de emisión en Bogotá y opera con estudios en Quibdó, Barranquilla, Medellín, Manizales, Pasto, San Andrés y Bucaramanga. En el marco de este proyecto se integraron las emisoras resultantes del Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la construcción de una Paz estable y duradera (2016) con base en los numerales 2.2 y 6.5 del Acuerdo. RTVC funge como operador experto encargado de poner en marcha tales emisoras. Hasta el momento, están en operación 12 emisoras de 20. Estas se encuentran ubicadas en Florida (Valle); Bojayá (Chocó); Arauquita (Arauca); Puerto Leguizamó (Putumayo); Algeciras (Huila); 92.6; El Tambo (Cauca); Chaparral (Tolima); Ituango (Antioquia); Convención (Norte de Santander); Fonseca (La Guajira); San Jacinto (Bolívar); y Mesetas (Meta).

Precisamente la Emisora de Paz del municipio de Mesetas (Meta) fue seleccionada para desarrollar esta iniciativa de innovación pública y de contenidos de cara a procesos como la recuperación de la memoria, la participación ciudadana y el reconocimiento de los compromisos del proceso de paz en Colombia. Cabe destacar que este es un municipio ubicado a 180 kilómetros de la ciudad de Villavicencio y que adquirió esta categoría en el año de 1981. Los primeros habitantes llegaron al territorio en 1959.

Mesetas siempre ha estado inmersa dentro del conflicto armado, pues fue fundado por colonos desplazados por la violencia bipartidista y también arribaron a este territorio guerrilleros y colonos desplazados por la segunda ola de violencia anticomunista entre 1.955 y 1.962. La época de la zona de distensión trajo consigo el aumento de los cultivos ilícitos, homicidios, secuestros, reclutamiento forzado y extorsiones, que tuvieron su momento más crítico en el año 2002, al darse por terminado ese fallido proceso de paz y al incursionar en el territorio los paramilitares (Álvarez, et.al, 2020, p.22)

En este sentido, el territorio se ha caracterizado por encontrarse inmerso en el conflicto armado, de allí que el valor de esta iniciativa radica en la posibilidad de materializar los

compromisos del acuerdo de paz y acompañar a la Emisora en este paso de generar contenidos innovadores en el marco de lo público.

Como la misma legislación lo señala, la RTVC como parte de este ecosistema público de las industrias culturales y que hace posible su ejercicio con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, es una institución pública al servicio de los ciudadanos y que debe ser garante de la equidad, la participación ciudadana, el reconocimiento de la diversidad, la promoción de valores cívicos, de una parte, y de otra es un escenario desde el cual se permita el ejercicio pleno de derechos contemplados en nuestra Constitución Política (1991) como la libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, el libre desarrollo de la personalidad, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Es así que el papel central, valioso y estratégico de la RTVC desde esta perspectiva, supera la mirada meramente instrumental y se enmarca en un escenario de diálogo, participación, encuentro nacional, un espacio de promoción y materialización de derechos fundamentales para los colombianos y que desde esta misión, construye las rutas de acceso a los territorios, las comunidades. A partir de lo anterior, la pregunta que orienta la segunda fase de este proyecto de investigación es: ¿Cómo desarrollar contenidos radiofónicos innovadores en la Emisora de convivencia y reconciliación de Chaparral Tolima, a partir de la aplicación de un protocolo para la innovación pública y en medios que aporte a los procesos territoriales del municipio?

JUSTIFICACIÓN

Con la implementación de los Acuerdos de Paz, desde el 2019 la RTVC viene liderando los procesos de desarrollo en los territorios de las emisoras de convivencia y reconciliación como una oportunidad de materialización de los puntos centrales de dichos acuerdos en todo el territorio nacional. En perspectiva de las particularidades de este proyecto respecto de la innovación pública y la innovación en medios, es pertinente revisar las posibilidades que ofrece dicha innovación en el alcance de los objetivos de la RTVC respecto del bienestar colectivo, la participación ciudadana y la pedagogía para la paz.

Para la RTVC su objetivo de representar el interés público, de hacer evidentes las profundas pluralidades del entorno colombiano, de representar los colectivos sociales y de generar procesos de interacción comunicativa, la materializan como un escenario de lo público. De hecho, tanto la RTVC como este grupo de 285 emisoras velan por difundir la cultura, la ciencia, el fomento de la productividad y contribuir al fortalecimiento del patrimonio cultural y natural del país; así mismo, difundir los valores y símbolos patrios, contribuyendo a la defensa de la soberanía y de las instituciones democráticas; de otro lado, preservar la pluralidad, identidad e idiosincrasia nacional; brindar apoyo a la

preservación, atención y recuperación de emergencias y desastres. Promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática; servir de canal para la integración de los colombianos, la generación de una sociedad mejor informada y educada, y asegurar la convivencia pacífica.

En consecuencia, la pertinencia de este proyecto radica en la posibilidad que ofrece al tender un puente entre las fortalezas de la innovación pública y en medios a través de la producción radiofónica y la misión de la RTVC, respecto de los territorios colombianos en aras de fortalecer sus iniciativas ciudadanas por medio de la expresión de sus inquietudes, necesidades y propuestas. Al finalizar la ejecución de este proyecto, se contará con una experiencia cierta de las posibilidades de la producción radiofónica con características innovadoras y que aporten significativamente al desarrollo de los territorios

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar contenidos radiofónicos innovadores en una Emisora de paz a partir de la aplicación de un protocolo para la innovación pública y en medios, que aporte a los procesos territoriales del municipio.

Objetivos Específicos

1. Generar un diagnóstico de las características propias de la producción de contenido radiofónico en una Emisora de paz.
2. Promover un proceso de formación respecto de la innovación pública y en medios en la producción radiofónica con el equipo de una Emisora de Paz.
3. Aplicar el protocolo de producción radiofónica innovadora en la generación de un producto para la parrilla de programación que recoja necesidades e inquietudes del territorio.
4. Valorar las características de la aplicación del protocolo de producción radiofónica innovadora como experiencia piloto para ser replicada en otros territorios.

MARCOS DE REFERENCIA

La Innovación pública

Una de las miradas y abordajes respecto de la categoría Innovación y la cual se aproxima de manera sinérgica a los procesos de la propuesta radiofónica de la RTVC es la

Innovación Pública, entendida como “los procesos, productos o servicios, nuevos o mejorados para responder a desafíos colectivos; incrementando la productividad del sector, la apertura democrática de sus instituciones, la producción de políticas públicas más pertinentes y eficientes, y una mayor satisfacción ciudadana” (DNP 2020). Así mismo, Isaza (2020) considera que la innovación en el escenario público ayuda a presentar reformas o cambios intrínsecamente positivos y que tiene consecuencias para las estructuras administrativas, prácticas y presupuestos (p.151)

Desde la apuesta de la Dirección Nacional de Planeación, ya se encuentran lineamientos contundentes relacionados con las características y principios de asumir e incorporar una mentalidad innovadora “para enfrentar retos públicos complejos y retar la mentalidad tradicional en el sector público” (DNP, 2020, p.14). El Grupo de Modernización del Estado (GME) adscrito a la Dirección General del Departamento Nacional Planeación (DNP) en su texto principios de la innovación pública en Colombia (2020) plantea una serie de características de la innovación pública, pues esta debe ser empática, experimental ágil, constructiva, tecnológica, colectiva, integral y orientada al futuro (p.27-60). Lo anterior señala un marco de referencia para el análisis de las apuestas y prácticas innovadoras en la producción radiofónica de la RTVC.

La innovación en los contenidos

En materia de innovación de los medios de comunicación consideraremos a Christensen, Skok y Allworth (2012) quienes sostienen que los actores digitales emergentes aportan novedades disruptivas que los medios preexistentes no alcanzan a contrarrestar. Es decir, la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como las nuevas narrativas de la cuarta revolución industrial son todo un reto para los medios de comunicación que se ven en la necesidad de adaptarse y sostenerse, pero no es una tarea nada fácil.

Boczkowski (2004) en su obra Digitalizando las noticias, Innovación en periódicos en línea, plantea que en el análisis de la innovación de los medios de comunicación se debe considerar tres factores fundamentales: tecnológicos, es decir las herramientas técnicas y tecnológicas, equipos, software, entre otros; comunicativos, relacionados con la formas de narrar y contar las historias, la relación con el público y su incidencia en él; y organizativos, que hace alusión a la estructura, los procesos y la política del medio. Estos aspectos son un punto de referencia para el análisis de las iniciativas innovadoras incorporadas en la producción radiofónica de RTVC.

Para el profesor Ramón Salaverría (2015) de la Universidad de Navarra, la innovación en medios de comunicación no se limita a productos o servicios que se ofrecen al público, sino que puede producirse también en los procesos de producción que podrían afectar incluso la configuración propia del medio. Para ello y apoyados en Storsul y Krummsvik

(2013) se han identificado cuatro áreas de innovación en los medios (productos, procesos, posición y paradigma).

Ahora bien, en relación con la innovación en medios públicos Faustino (2008) expone que, si bien este tipo de medios no tiene como principal objetivo obtener réditos económicos, si deben preocuparse por sus resultados, rendimiento y responsabilidad social como entidades educadoras e integradoras, y para ello la innovación es un recurso clave.

La Unión Europea de Radiodifusión EBU, la alianza líder mundial de medios de servicio público, en su guía estratégica (2014) Examina los valores de PSM: la herramienta, manifiesta que la innovación es un valor exigible a los medios de titularidad pública, una necesidad y requisito para su eficiente funcionamiento. En consecuencia, Rodríguez Pallares (2020) sostiene que:

Los medios públicos pueden y deben innovar en la oferta de contenidos asincrónicos no vinculados a la más reciente actualidad con el objetivo de fomentar la construcción de una sociedad libre y formada (p.34)

Para el caso puntual de la radio en términos de innovación Petit (2003) desde una perspectiva de innovación tecnológica sostiene que el principal generador de oportunidades de desarrollo en el sector radiofónico es el cambio tecnológico, pues constituye su principal plataforma que configura el surgimiento de un nuevo modelo de producción radial, un cibermedio de comunicación. Los pilares de esta transformación son la información, las telecomunicaciones y la digitalización de los procesos técnicos de la radio.

Es precisamente la digitalización, herramienta básica para el procesamiento de la información, y la convergencia mediática, los motivos por los cuales la sociedad del conocimiento ha normalizado el acceso universal a la información a partir de este progreso tecnológico. (Castells, 1997)

Así pues, Pedrero y Herrera (2018) indican que

En este nuevo entorno de consumo audiovisual caracterizado por la atemporalidad, la ubicuidad, la conectividad, la multimodalidad y la interactividad (Siemens, 2008) se está imponiendo una renovación en las tradicionales rutinas de producción y distribución de contenidos por parte de las industrias de la comunicación que ha obligado, además, a redefinir los modelos de negocio en la comercialización de la música, el cine y la televisión, y también —aunque a un ritmo distinto— de la radio (Pedrero, 2014). La industria radiofónica se halla aún en proceso de transición al nuevo paradigma. (p.80)

Según Petit (2003) el paradigma emergente de transformación tecnológica se apoya en el paradigma de la innovación tecnológica, el cual tiene tres soportes: conceptual, teórico y de aplicaciones para la radiodifusión. En la siguiente gráfica Montiel (2000) explica el despliegue por el nuevo paradigma comunicacional en los medios, mostrando la convergencia de tres factores (comunicación, computación y contenido) que determinan el nuevo sector industrial del multimedia según Don Tapscott (1997). Este escenario ha provocado que los contenidos radiofónicos sean extendidos a nuevos sistemas de distribución y consumo obligando a que los operadores utilicen modelos productivos transversales para cubrir la retransmisión en directo (antena e Internet), la gestión del consumo asincrónico (radio a la carta y/o podcast), la presencia en la red (web y redes sociales), y la oferta de aplicaciones para dispositivos móviles (apps). (Pedrero y Herrera, 2018). Internet ha provocado que los servicios de la radio vayan mucho más allá del audio, se han integrado los textos, imágenes, videos, galerías y señal en vivo. Para Pedrero y Herrera (2018):

Los sitios web de radio proporcionan contenido sonoro a través de streaming y podcasts que pueden ser descargados, aumentando las posibilidades de recuperar, interactuar y personalizar la emisión (Martínez Costa et al, 2012). La transformación resultante de esta evolución ha dado lugar a un nuevo escenario que Cebrián-Herreros (2009) denominó 'ciberradio' y Sobrino (2012) 'post radio' con el fin de describir un sistema híbrido en el que la radio distribuye contenidos multimedia gracias a la combinación de Internet y la tecnología móvil. La convergencia de medios, plataformas y lenguajes se ha convertido en un recurso estratégico para estructurar los contenidos radiofónicos y ampliar su distribución hacia distintos dispositivos y públicos (Piñeiro, 2015). (p.82)

De otro lado, la Unesco (2013) es su texto: indicadores de calidad de las emisoras públicas-evaluación contemporánea expresa en cuanto a la experimentación e innovación del lenguaje "que las emisoras públicas tienen el deber de innovar en el campo de lo estético. La experimentación con el lenguaje y los riesgos que ello implica forman parte medular de la razón de ser de las emisoras públicas (Bucci et al. 2012 p. 32). A partir de lo anterior vemos como el espacio radiofónico es susceptible para ser analizado desde la perspectiva de la innovación en tecnología y contenido dada la transformación y evolución que ha tenido en los últimos tiempos gracias a los avances y cambios en materia de tecnologías de la comunicación e información.

En junio del 2019, el Gobierno Nacional inició la implementación de 20 emisoras para la convivencia y la reconciliación como acto de la palabra empeñada dentro del punto seis del acuerdo de paz suscrito en 2016 entre el Gobierno y la antigua guerrilla de las FARC-EP. Esta iniciativa es reciente y, por lo tanto, no hay estudios investigativos desde el campo de la comunicación que permitan comprender las dinámicas políticas, sociales, culturales y comunicativas que se configuran en torno a implementación.

Teniendo en cuenta que las emisoras son de interés público y que su montaje será paulatino, los resultados del estudio brindarán las herramientas que contribuyan a orientar y construir lineamientos para la ejecución de las emisoras restantes. La investigación tendrá la privilegiada oportunidad de describir las discusiones al interior del Comité de Comunicaciones Conjunto, conformado por delegados del Gobierno Nacional y de las FARC en su condición de tránsito.

Por otra parte, el departamento del Tolima ha tenido un papel fundamental en la historia de Colombia y el desarrollo del conflicto armado. La región suroccidental del departamento -conformada por Roncesvalles, San Antonio, Chaparral, Rioblanco, Planadas, Ataco, Natagaima, Coyaima, Ortega y Saldaña- es geopolíticamente estratégica, teniendo en cuenta que es un corredor natural que conecta parte del valle del río Magdalena con las áreas montañosas de las cordilleras Central y Oriental. De igual modo, los municipios de Planadas, Rioblanco, Chaparral, Roncesvalles y San Antonio tienen como eje el cañón de Las Hermosas, zona vital por cuanto posee corredores hacia el pacífico y el centro del país.

METODOLOGÍA

La investigación cualitativa en las ciencias sociales permite mirar detenidamente, caracterizar, observar las formas de relación de los seres humanos con su entorno. Uno de los caminos pertinentes a la investigación cualitativa es la etnografía en tanto que a través de ella se profundiza, se observan los hábitos y costumbres en lo cotidiano.

En palabras de Jesús Galindo (1998) “La etnografía tienen una vocación del otro, lo busca, lo sigue, lo contempla”. (pág. 348). En este sentido, el ejercicio metodológico propuesto para este proyecto es la sistematización de experiencias que como ejercicio cualitativo y etnográfico es una “interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de un ordenamiento y reconstrucción, descubre la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo” dentro de un propósito de investigación definido (Borja, 2003, pág. 16).

Para cumplir con los objetivos de la investigación, esta metodología propone las siguientes herramientas de investigación propias de la sistematización de experiencias:

- a. Diarios de campo
- b. Grupos focales

c. Entrevistas semiestructuradas con los miembros del equipo de una Emisora de Paz.

ESTUDIANTES FORMADOS EN EL PROYECTO				
Nombre del estudiante	Programa del estudiante	Proyecto desarrollado por el estudiante	Modalidad	Estado
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
PRODUCTOS GENERADOS POR ESTUDIANTES				
Nombre del producto	Estudiantes autores	Tipo de producto	Indicador de existencia	Nombre de la publicación – Entidad que certifica
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
PRODUCCIÓN ACADÉMICA GENERADA CON EL PROYECTO				
Productos propuestos		Productos generados	% Cumplimiento de resultados	
Un (1) informe final de investigación		Un (1) informe final de investigación	100%	
Una (1) ponencia evento nacional		Dos (2) ponencias evento nacional ACICOM 2023 Una (1) ponencia Evento Investigación UCompensar Semana de la Innovación 20232	100%	
Una (1) ponencia evento internacional		Dos (2) ponencias evento internacional IBERCOM 2023	100%	
Un (1) Producto radiofónico trabajo colaborativo Emisora de Paz RTVC		Un (1) Producto radiofónico trabajo colaborativo Emisora de Paz RTVC	85%	
Un artículo Q3 resultados de la investigación		Un artículo Q3 resultados de la investigación (Este artículo se encuentra en revisión de par lector amigo para presentación a convocatoria. Se incluye en la carpeta de Evidencias) Un capítulo de libro (IBERCOM 2023)	100%	
IMPACTOS GENERADOS				
Tipo	Detalle		Descripción del impacto generado	
Generación de Conocimiento y desarrollo tecnológico	Artículo, Libro, Capítulo de libro, registro, patente, software, innovación, etc.		En el marco de este proyecto de investigación se generó un Artículo Q3 que se encuentra en lectura de par amigo, se está construyendo un capítulo de libro para publicación de	

		IBERCOM 2023 y finalmente, el equipo de la emisora de Mesetas (Meta) entregará el 30 de noviembre el producto radiofónico innovador con base en el protocolo construido en la fase 1 del proyecto.
Formación Investigativa	Proyectos de grado, pasantes de investigación, trabajos de grado de Maestría	El programa de Comunicación Social se encuentra en transición de planes de estudio, razón por la cual, en este momento, no cuenta con estudiantes de trabajo de grado.
Alianzas Estratégicas	Alianza con empresa, sector Gobierno, ONGs	Alianza con RTVC (Convenio firma)
Impactos ambientales	Reducción de huella de carbono	No aplica
Desarrollo de las regiones	Productivo, competitivo	Apoyo en ejercicios de reflexión y formativos en innovación pública para los líderes de la Emisora de Paz de Mesetas (Meta) en aras del reconocimiento de sus características territoriales y el aporte de la radio al fortalecimiento del tejido social en el territorio.
Económicos	Impactos económicos generados con la solución	No aplica

RESULTADOS OBTENIDOS

Para esta segunda fase los resultados más significativos se encuentran relacionados con las posibilidades de comprensión de las particularidades de las Emisoras de Paz en los territorios, específicamente, en la Emisora de Mesetas (Meta), por cuanto esto ofrece un panorama de las características, necesidades e intereses de las Emisoras respecto a la generación de contenido, el relacionamiento con la comunidad, las formas de articulación con RTVC desde el nivel central, entre otros. Estas claridades han sido fundamentales en el proceso de discusión, reflexión de la innovación pública y en medios con los líderes de la Emisora de Mesetas y por esta vía, la revisión y aplicación del protocolo diseñado en la primera fase de esta investigación.

Otro de los resultados, en perspectiva de la materialización del protocolo de innovación pública, es la generación del producto radiofónico en la Emisora, el cual da cuenta de la pertinencia de dicho protocolo y de las inquietudes que suscita para el desarrollo del mismo en escenarios territoriales. De este modo, la realización del producto y de la aplicación de este protocolo, implicó ejercicios previos de formación respecto a narrativas disruptivas, storytelling e incluso, el desarrollo de encuentros de acompañamiento y orientación por parte del equipo de investigadores. En este sentido, se hizo evidente la necesidad de ejercicios comunicativos y formativos previos a la aplicación del protocolo, dado que en las Emisoras de Paz no hay un conocimiento tan profundo de temas como innovación pública y en medios.

También se identificó la falta de autonomía de las Emisoras de Paz en cuanto a la generación de contenido, ya que dependen en un 100% de las orientaciones del equipo de Emisoras de Paz del nivel central, lo que limita la toma de decisiones y el mismo proceso creativo de los líderes de las emisoras en la generación de contenido. Si bien las comunidades tienen espacio de participación en esta emisora, también es cierto que dicha participación es reducida y no alcanza a visibilizar la multiplicidad de voces y perspectivas de los sujetos del territorio. Igualmente, la emisora padece de dificultades de índole técnico como cortes inesperados de luz y la interrupción de la señal por injerencia de las antenas de los cuarteles militares cercanos a la cabecera municipal en donde se encuentra ubicada la emisora.

Como resultado de las reflexiones de esta investigación surge el artículo “La innovación en un sistema público de medios” Caso RTVC. El cual se proyecta para su presentación en revistas categorizadas como Q3 a saber: Perspectivas de la Universidad Francisco de Paula Santander y la revista Estudios Gerenciales (ICESI).

RESULTADOS GENERACIÓN DE VALOR CON EL SECTOR EXTERNO

Número de empresas / entidades / organizaciones beneficiadas	1
Sectores de las empresas / entidades / organizaciones beneficiadas	Sistema de Medios de Comunicación Público
Listado de empresas / entidades / organizaciones beneficiadas	RTVC Emisora de Paz de Mesetas (Meta) Equipo de trabajo de Exploreemos (RTVC) Equipo de trabajo de LABRIA (RTVC) Equipo de trabajo Radiolaboratorio (RTVC)
Acción 1: Socialización resultados primera fase equipos de LABRIA, Exploreemos y Radiolaboratorio	Fecha de inicio: 10 de mayo de 2023 – Fecha de fin: 10 de mayo de 2023 Total participantes: 10 Listado de empresas / entidades participantes: Equipo LABRIA (RTVC), Equipo Exploreemos (RTVC), Equipo Radiolaboratorio (RTVC) Principales resultados: Socialización de resultados de la primera fase de la investigación respecto de la innovación pública y en medios.
Acción 2: Diagnóstico territorio y sus características (Emisora de Paz – Mesetas (Meta))	Fecha de inicio: 20 de abril de 2023 – Fecha de fin: 22 de abril de 2023 Total participantes: 5 Listado de empresas / entidades participantes: Emisora de Paz Mesetas (Meta) Principales resultados: Grupos focales, cartografía social y taller de tejido social del territorio para conocer las características del mismo en términos de formas de relación, comunicación, pasado, presente, futuro, conflictos etc. Conocimiento de la forma de relación de la emisora con el

	nivel central de RTVC, objetivos de la producción radiofónica, formas de estructurar la parrilla Beneficios directos para el sector externo: Conocimiento de las implicaciones y características de la innovación pública y en medios para RTVC y las Emisoras de Paz
Acción 3: Taller Storytelling	Fecha de inicio: 3 de mayo de 2023 Fecha de fin: 3 de mayo de 2023 Total participantes: 7 Listado de empresas / entidades participantes: Equipo Emisora de Paz de Mesetas – Meta y 2 personas del equipo central de las Emisoras de Paz de RTVC. Principales resultados: Desarrollo de un proceso formativo de las personas de las Emisoras de Paz respecto de la innovación en medio centrada en las posibilidades del storytelling. Beneficios directos para el sector externo: Escenarios formativos.
Oportunidades de trabajo futuro con empresas para dar continuidad al proyecto	En la fase 3 de este proyecto se contempla el diseño y oferta del Diplomado en Innovación Pública para emisoras de interés público a nivel nacional e internacional. Diseño de un recurso pedagógico de innovación pública para las emisoras de paz en Colombia.

Por favor incluya como anexo todos los soportes que evidencien las distintas acciones de vinculación con el sector externo presentadas en este informe.

CONCLUSIONES Y TRABAJOS FUTUROS

Respecto de los resultados de la investigación en la etapa II en relación con las categorías de innovación pública e innovación de contenidos, encontramos a partir del ejercicio de diagnóstico y reconocimiento de las prácticas radiofónicas de la emisora de Metas- Meta que:

a. La emisora de paz de Mesetas es un escenario potencial para la generación de productos comunicativos- radiofónicos innovadores, dada su misión y naturaleza de conformación; ahora bien, al depender del sistema central y solo convertirse en una replicadora de las decisiones (en contenido, formatos y estructuras) de la oficina central de RTVC, se hace evidente la importancia de trabajar con mayor autonomía, entendiendo las dinámicas locales y las necesidades de las comunidades del municipio.

b. Se realiza un reconocimiento de las características territoriales del Municipio de Mesetas en el marco de la cartografía social, en la cual se identificaron las dimensiones de infraestructura, pasado, presente y futuro, conflictos, procesos y medios de comunicación. A partir de este ejercicio se reconoció la incidencia tanto del conflicto armado como de la firma del acuerdo de paz en el territorio, en temas centrales como economía, educación, cultura y el mismo componente de comunicación.

c. Este mismo ejercicio cartográfico permitió evidenciar que los líderes de la emisora reconocen e identifican las características de su territorio y demuestran un interés particular en las necesidades sociales, económicas, políticas, ambientales y de seguridad de su municipio. Así mismo, reconocen el papel de la emisora como una herramienta para apoyar el trabajo de las comunidades e impulsar el sentido de pertenencia con el territorio.

d. En las entrevistas desarrolladas con los líderes de la emisora se hizo evidente la experiencia que tienen en temas radiofónicos y de producción sonora, no obstante, se requiere un fortalecimiento de competencias en narrativas disruptivas y procesos de comunicación alternativa.

e. Los líderes de la emisora demuestran interés en procesos de formación en innovación en medios e innovación pública, puesto que estos ejercicios les permiten reflexionar acerca de nuevas metodologías y formas de elaborar discursos radiofónicos, que además de responder a las necesidades y gustos de su audiencia, involucran a la comunidad y hacen uso de nuevos formatos y lenguajes.

f. El protocolo de innovación propuesto por la investigación es un insumo importante para la consolidación de procesos radiofónicos innovadores en las emisoras de paz, desde una perspectiva de innovación pública y de medios. Esta guía le permite a los líderes de las emisoras conocer y seguir la ruta para el diseño de productos comunicativos que respondan a los principios de innovación pública y de medios de comunicación.

g. Para la tercera fase de este proyecto de investigación se propone la generación de un diplomado en innovación pública para emisoras de servicio público, por un lado, y por otro, la construcción de un recuso pedagógico para las emisoras de paz a nivel nacional en temas relacionados con innovación pública y en medios.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez Montejó, L., Cavielles Caro, N. M. y Ruiz Mahecha, M. L. (2017). Impacto socio económico generado por el conflicto armado en la población del municipio de Mesetas Meta, durante los años (1985 a 2017) (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Villavicencio. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12494/16227>

Beck, A. (2002), The Death of Radio. An Essay in Radio-Philosophy for the Digital Age [en línea]. Disponible en: <http://www.kent.ac.uk/sdfva/rp/index.html>, recuperado: 4 de mayo de 2021.

Barbero, J.M. (2012) “Conferencia Magistral”. Distrito Federal, México: 9a Bienal Internacional de Radio.

Borja, B. (2003). Metodología para sistematizar prácticas educativas: Por las ciudades de Italo Calvino. Caracas, Venezuela: Federación Internacional de Fe y Alegría

Barrios, Andrés (2013). La radio en la era de la sociedad digital. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº5. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 39-54. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.4>

Boczkowski, P. (2004). Digitizing the news. Innovation in online newspaper. Boston: MIT Press.

Bucci, E. Chiaretti, M. Fiorini, A. (2012) UNESCO. Indicadores de calidad de las emisoras públicas - Evaluación contemporánea

Castells, M. (1997). La era de la Información (Vol. I): Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad Red. Madrid: Alianza

CAF. (2015). Iniciativa de Innovación Social. Retrieved from <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/816>

Cebrián Herreros, M. (2009). La radio en la convergencia multimedia. Barcelona: Gedisa.

CEPAL. (2021) Acerca de innovación social. <https://www.cepal.org/es/temas/innovacion-social/acerca-innovacion-social>

Christensen, C. (1997). The innovator's dilemma when new technologies cause great firms to fail. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business Press. ISBN:9781565114159

Christensen, C. Sock, D. Allworth, J. (2012). Breaking news. Mastering the art of disruptive innovation in journalism. Nieman reports, Fall, v.66, n. 3, pp.6-20 <http://nieman.niemanfoundation.netdna-cdn.com/wpcontent/uploads/2014/03/fall2012.pdf>

Chesbrough, H. (2010) Business model innovation: opportunities and barriers. Long range planning, v. 43, n. 2, p. 354-363.

Cortés Rincón, A. (2018). Experiencias en Innovación Educativa: convirtiendo conocimiento en nuevas oportunidades. Educiones de la U. Fundación Universitaria Unipanamericana.

Chaves, Margarita; Montenegro, Mauricio (2015) Usos y sentidos contemporáneos de lo público. Revista Colombiana de Antropología, vol. 51, núm. 1, enero-junio, pp. 7-23. Instituto Colombiano de Antropología e Historia, Colombia

Decreto 1078 de 2015 Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Bogotá, 26 de mayo de 2015, p.4.

De Zubiría, Sergio. (2005). "La vida pública: arquetipo de nuestra actualidad". En Hacer visible lo visible: lo privado y lo público, compilado por Ignacio Abello, 233-260. Bogotá: Uniandes.

Drucker, P. (1986) Inovação e Espírito Empreendedor. Cenage Learning.6

Dirección Nacional de Planeación (2021). Principios de la Innovación Pública, Grupo de Modernización del Estado. Consultado en https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EiP/Principios_Innovaci%C3%B3n_P%C3%BAblica.pdf

EBU (2014). PSM Values Review: The tool . Ginebra:EBU Press. <https://www.ebu.ch/fr/publications/strategic/open/psm-values-review-the-tool>

Faustino, P. (2008). RTP – Restructuring and Turnaround of a Public Service Broadcaster: Public Management with Private Attitude. Journal of Media Business Studies, 5(3), 51-7

Freeman, C., y Soete, L. (1997). The Economics of Industrial Innovation. Third Edition, The MIT Press, Massachusetts.

Gómez, A. Funez, Á. Robert, C. Zepeda, D. Juárez, S. (2019) Cómo innovar en proyectos de desarrollo: 13 casos de éxito en Latinoamérica, BID.

González, R. (2011) Conocimiento, innovación y desarrollo. Conocimiento, Innovación y Desarrollo.

Isaza, C. (2020) El discurso de la innovación en la administración pública y su adopción en Iberoamérica: un análisis de los Congresos del CLAD. Revista del CLAD Reforma y Democracia, No. 77, pp. 127-156,

López, José Ignacio (2005). Manual urgente para Radialistas Apasionados, Quito.

Martínez Costa, M.P.; Moreno, E.; y Amoedo, A. (2012). La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional. En Anagramas, 10 (20), pp. 165-180.

Merayo, Arturo (2008). La Radio Pública en Iberoamérica. Universidad Católica de Murcia.

MinTic (2022). Descripción de radio de interés público. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Micrositios/Radio-de-Interes-Publico/Descripcion-Radio-de-Interes-Publico/>

MinTic.(2020) Descripción Radio de Interés Público. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Micrositios/Radio-de-Interes-Publico/Descripcion-Radio-de-Interes-Publico/>

Montiel, M. 2000. Los cibermedios como nuevas estructuras de comunicación social. Revista Opción año 16, Diciembre N°33. Págs. 34-48.

Pedrero, L.M. (2014). Main challenges of the Spanish music radio in the age of Spotify. En F. Ubierna y J. Sierra S

Pedrero, L. Herrera S. (2018). Innovación radiofónica en las pantallas: análisis de las notificaciones informativas publicadas por las apps de las principales cadenas españolas de radio generalista. Mediamorfosis. radiografía de la innovación en el periodismo. Sociedad Española Periodística.

Petit, E(2003). El cambio tecnológico en el modelo de producción radial. Revista de Ciencias Humanas y Sociales v.19 n.40. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000100007

Piñero, T. (2015). De la radio convencional a la móvil. Usabilidad, multimedialidad y distribución de contenidos en las radioAPPs portuguesas, en Observatorio (OBS* Jorunal), vol 9. nº 3, pp. 47-63

Rey, G. (2009). Medios de comunicación y vida pública. Cartagena, Colombia: Mimeo

Rodríguez Pallares, M. (2020): Innovación radiofónica y servicio público. La rentabilización de la producción sonora ibérica como modelo de negocio en el contexto digital, en Documentación de Ciencias de la Información 43, 33-39.

Rodríguez, M. (1991) Cultura popular-cultura de masas. Espacio para las identidades Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. IV, núm. 12, 1991, pp. 151-163 Universidad de Colima, México

RTVC. (2021) Información General. <https://www.rtvco.gov.co/quienes-somos/informacion-general>

Salaverría, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. El profesional de la información. V.24, n.4, pp. 397-404.

Siemens, G. (2008). Learning and knowing in Networks: Changing Roles for educators and designers. ITFORUM for discussion. Recuperado de: <http://itforum.coe.uga.edu/Paper105/Siemens.pdf>

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.

Schumpeter, J. A. (1978). Teoría del Desarrollo Económico. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Tapscott, D. (1997). La Economía Digital. McGraw Hill Santa Fe Bogotá.

UNESCO (2006). RADIOTELEVISIÓN DE SERVICIO PÚBLICO: UN MANUAL DE MEJORES PRÁCTICAS. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141584_spa

UNESCO (2012). Indicadores de calidad de las emisoras públicas - evaluación contemporánea. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216616_spa