



compensar

fundación  
universitaria



La incorporación de iniciativas  
innovadoras de contenidos y tecnologías  
en la radio pública- Caso RTVC.

**Noviembre 2023**



1 Contexto investigación

2 Objetivos

3 Metodología

4 Resultados

5 Referencias



compensar

fundación  
universitaria

# Sobre RTVC

## Sistemas de Medios Públicos en Colombia



<https://www.rtv.gov.co/>



# Contexto- Fase 1

---

- Durante el **2021 y el 2022**, se desarrolló la primera fase del proyecto de investigación “La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- Caso RTVC”.
- Sistematizar experiencias de esta institución, 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 (et. al, 2019).



compensar

fundación  
universitaria

**L.A.B.R.I.A, Radiolaboratorio y  
Exploremos.**

**Innovación en medios: la  
innovación de producto,  
proceso, posición, género,  
paradigmática y social.**

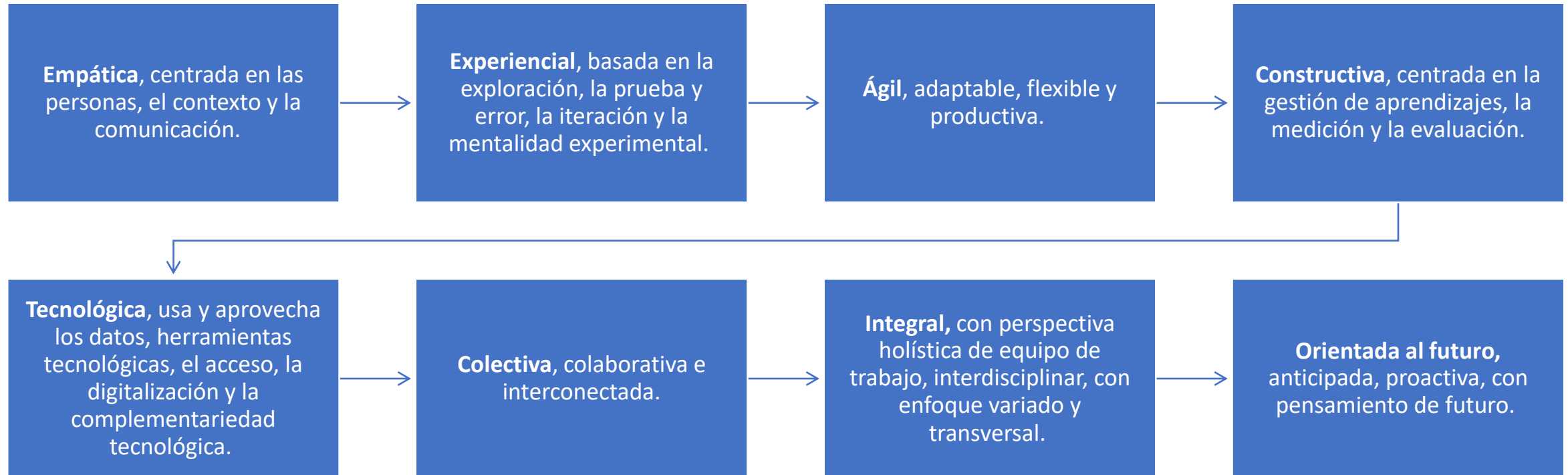
**Innovación pública: Empática,  
experimental, ágil,  
constructiva, tecnológica,  
colectiva, integral y orientada  
al futuro.**

**Proyectos**  
Inteligencia Artificial **IA**



**@EXPLOREMOS**  
UN ESPACIO PARA APRENDER

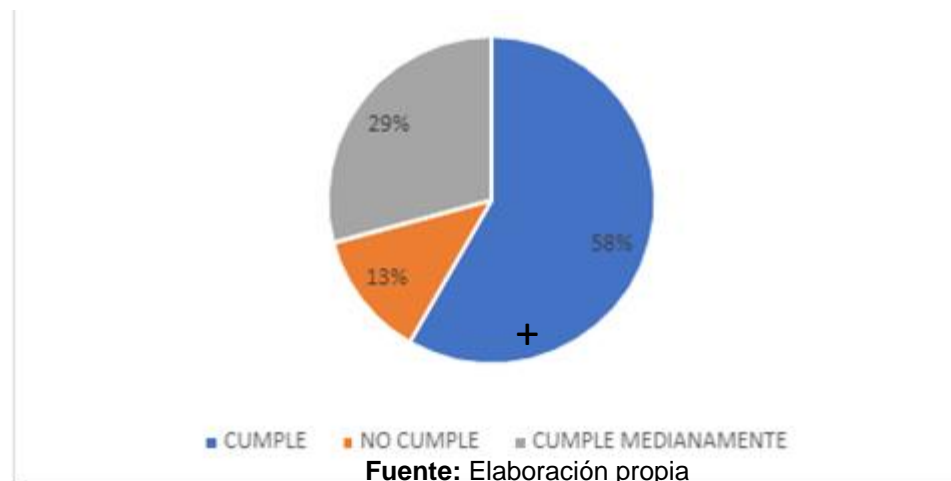
# Principios de Innovación Pública



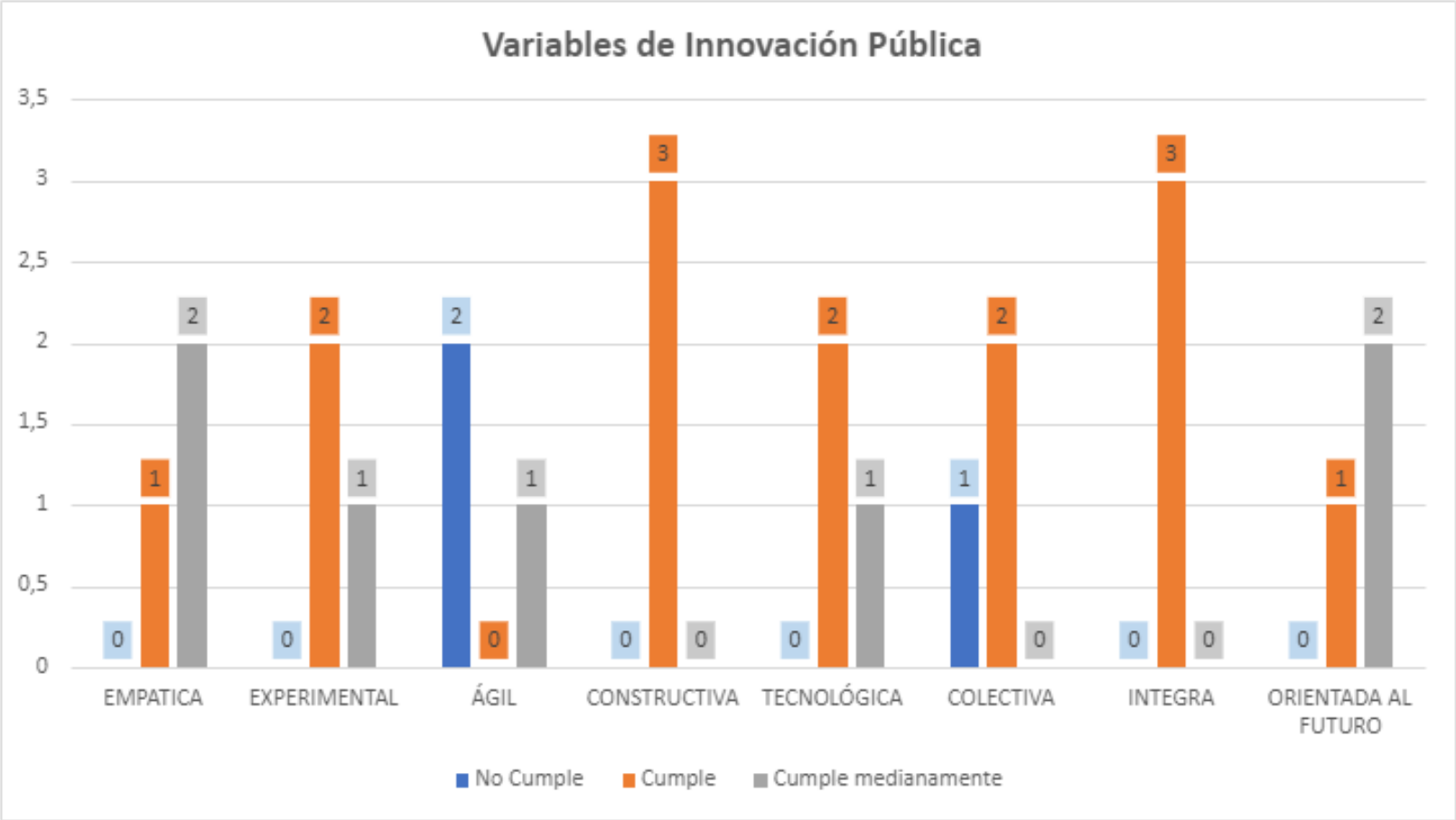
## Principios de Innovación pública

Las tres iniciativas innovadoras de la RTVC (L.A.B.R.I.A, Radiolaboratorio y Exploreemos) cumplen en un 58% con los principios de innovación pública propuestos por el DNP; mientras que el 29% cumple medianamente y el 13% no cumple con estos principios.

Resultados generales aplicabilidad principios innovación iniciativas RTVC



# Principales hallazgos y desarrollos



Los principios de innovación con **mayor nivel de cumplimiento** son: experimentación, construcción, tecnología, colectividad e integralidad; en menor medida se encuentran los principios de empatía y orientación al futuro y finalmente es el principio de agilidad que no se cumple en la mayoría de iniciativas.

Fuente: Elaboración propia

# Principios de Innovación en Medios (Krumsvik)

**Responde a un reto público:** atiende al interés en cualquier iniciativa innovadora de medios en el sector público, a saber, la búsqueda del bienestar colectivo desde la visibilización permanente de sus necesidades.

**Involucra activamente usuarios o beneficiarios:** atiende al interés en cualquier iniciativa innovadora de medios en el sector público, a saber, la búsqueda del bienestar colectivo desde la visibilización permanente de sus necesidades.

**Innovación de producto:** se relaciona con cambios en los productos/servicios ofrecidos por una organización. Esto puede implicar la innovación de nuevas plataformas de medios.

**Innovación de proceso:** Se refiere a los cambios en las formas en que se crean y entregan los productos/servicios.



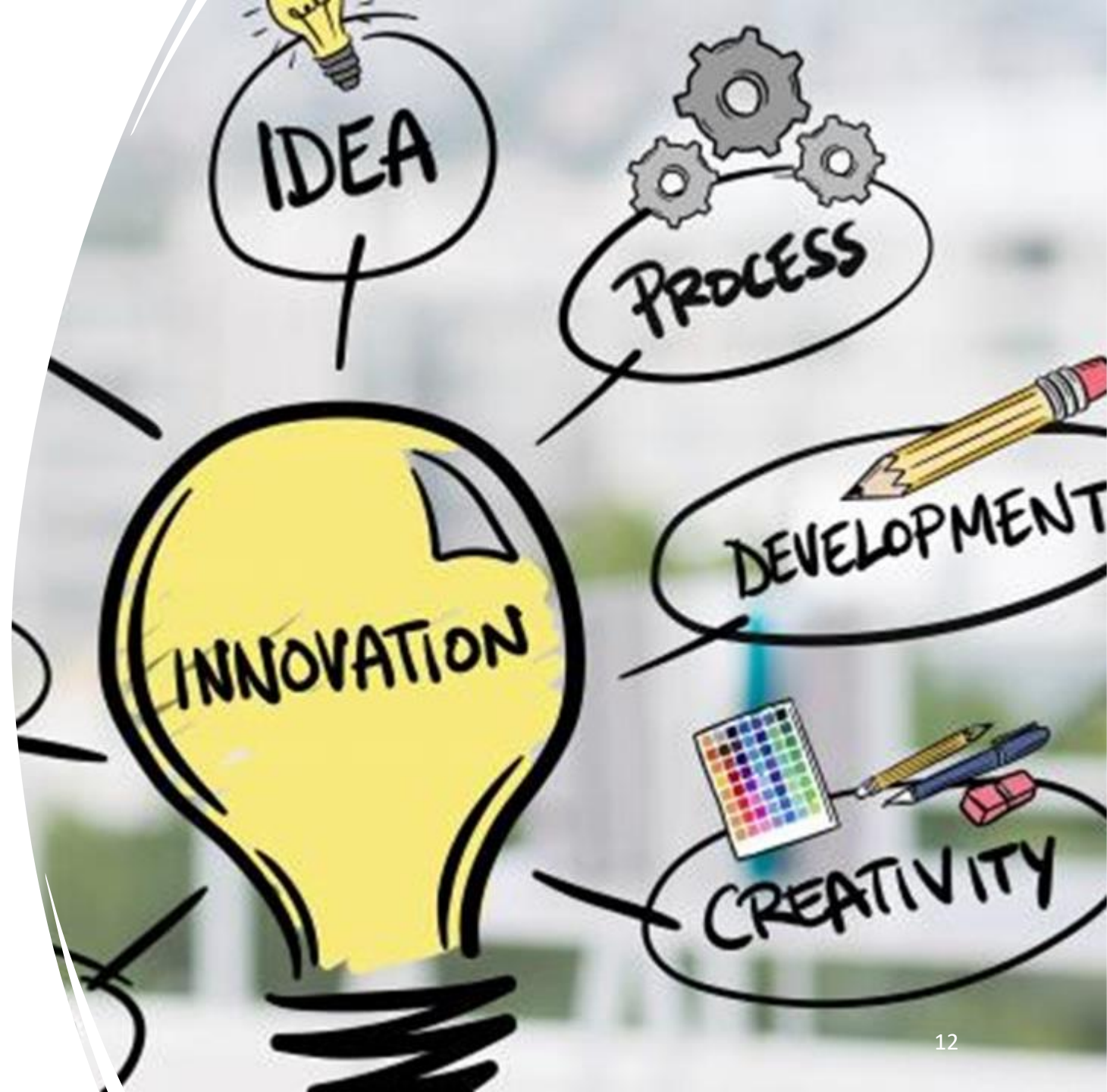
# Principios de Innovación en Medios

**Innovación de posición:** implica cambios en la forma en que se posicionan o enmarcan los productos y servicios.

**Innovación paradigmática:** "incluye cambios de mentalidad, valores y modelos de negocio.

**Innovación de género:** consiste en combinar o usar elementos de géneros existentes, o desarrollar e introducir nuevos elementos de género en uno familiar.

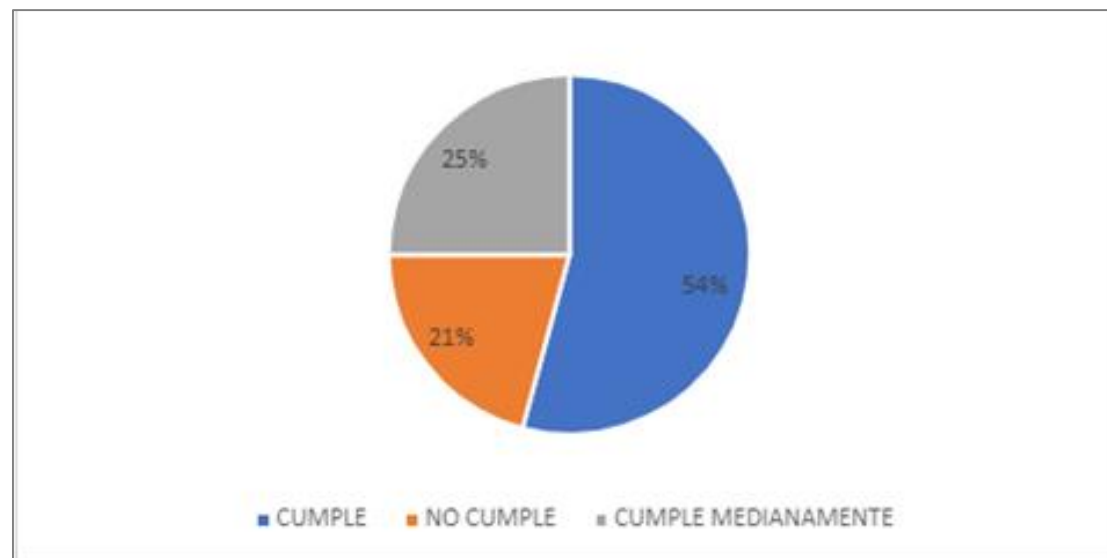
**Innovación social:** implica el uso innovador de los medios y servicios de comunicación con fines sociales. Aquí, el cambio social se introduce mediante la combinación de nuevas y/o existentes de productos y/o servicios de medios" (Krumsvik et al. 2013).



## Principios de Innovación en medios

Las tres iniciativas L.A.B.R.I.A, Radiolaboratorio y Exploreemos cumplen en un 54% con los criterios señalados por la propuesta de Krumsvik, et al (2019), mientras que el 25% cumple medianamente y el 21% definitivamente no cumple.

Resultados generales del análisis para las tres experiencias.

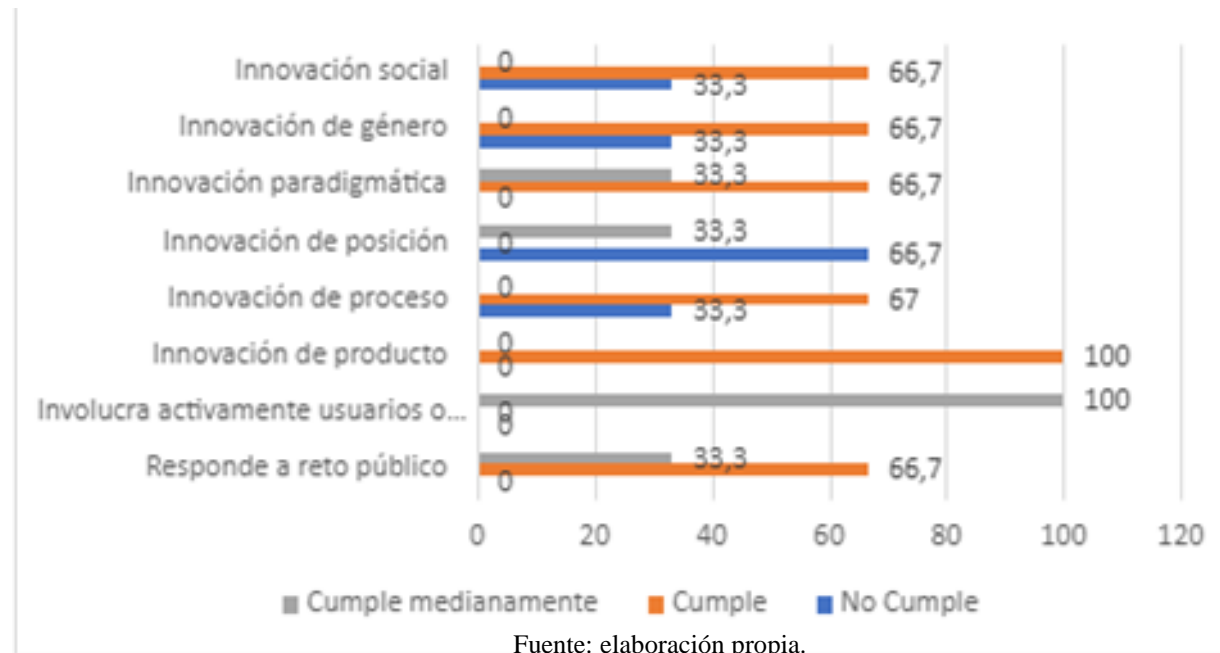


Fuente: elaboración propia.

# Principales hallazgos y desarrollos

La variable de total cumplimiento fue la 2) **innovación de producto** con un 100% de cumplimiento. En contraposición, la variable que no se cumple con un 66,7% es la 5) **innovación de posición**, de otro lado, la variable 2) **involucra activamente usuario/beneficiarios** se cumple medianamente en todas las iniciativas.

Figura 3. Variables de innovación en medios por experiencia.



## PROTOCOLO DE INNOVACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS

Esta guía está diseñada para agenciar procesos de innovación radiofónica en organizaciones dedicadas a la comunicación.

### ALINEACIÓN DE AGENDAS

Involucrar a todos los actores que tienen incidencia en la toma de decisiones y que, además, conocen el contexto, necesidades e intereses particulares de un colectivo.



### INTEGRACIÓN DE LAS AUDIENCIAS

Poner en el centro de la innovación a los principales beneficiarios del proyecto, no solo para responder a sus necesidades, sino para involucrarlos en la construcción y desarrollo de la propuesta.

### DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Examinar de manera colectiva y detallada los retos públicos de las comunidades y sus principales necesidades para definir la situación objeto de la innovación para la transformación social.



### IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

Vislumbrar los posibles impactos que pueda generar el proyecto, así como las situaciones externas y del contexto que pueden afectar la iniciativa con el fin de planificar acciones de contención de dichas situaciones.

### VISIÓN MULTIDIMENSIONAL

Reconocer todos los aspectos y aristas del problema y considerarlos en función de los factores que lo evidencian como un reto.



### ANÁLISIS BENCHMARKING

Plantear los diferenciales de la solución en función de la oferta encontrada en el mercado y con base en las particularidades de la audiencia.

### PROYECCIÓN DE SOLUCIÓN

Definir las alternativas que modifican el problema en cuestión a partir del análisis del entorno y la participación de los públicos.



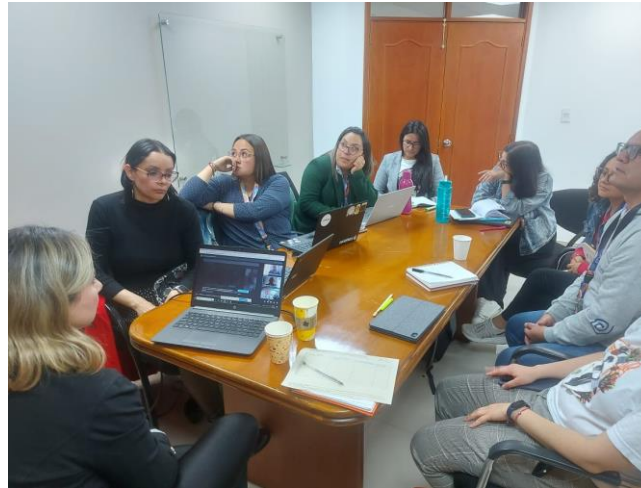
### PROTOTIPAR

Llevar a la acción las alternativas de solución. hacer pruebas, encontrar errores y ajustar la idea hasta llegar a la propuesta idónea.

### EVALUACIÓN

Valorar los resultados de la implementación de la propuesta con el fin de identificar oportunidades de mejora.





## Reunión equipo L.A.B.R.I.A, Radiolaboratorio y Exploremos

**Objetivo:** Socializar los resultados de la Fase I de la investigación y el protocolo de innovación en medios públicos.

## Contexto- Fase 2

- Durante el **2022 y el 2023**, se desarrolló en alianza con RTVC, la segunda fase del proyecto de investigación “La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- Caso RTVC”.
- Desarrollar contenidos radiofónicos innovadores en la **Emisora de paz de Mesetas- Meta** a partir de la aplicación de un **protocolo para la innovación pública y en medios**, que aporte a los procesos territoriales del municipio.



# Actividades realizadas con Empresas - Comunidades

- Investigación Cualitativa - Etnografía
- Instrumentos: diario de campo, entrevistas semi estructuradas y grupos focales

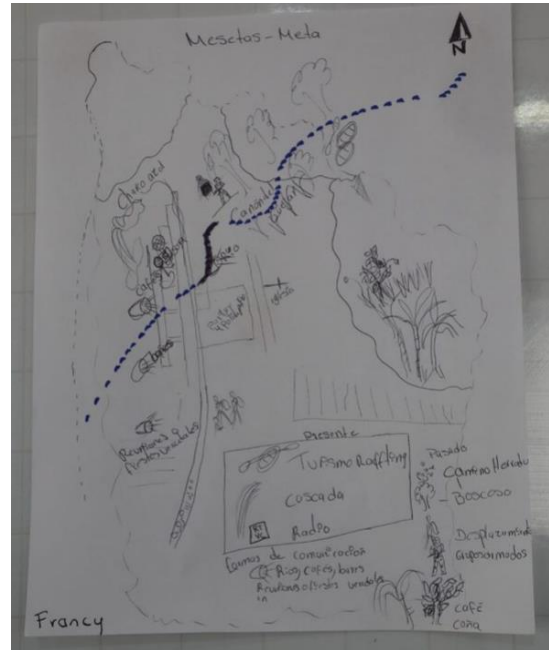


**Trabajo de Campo: visita a emisora de paz (Mesetas) 20-21 - 22 de abril 2023**

**Día 1:**

**Objetivo:** Diagnóstico de las características propias de la producción de contenido radiofónico en la Emisora de paz de Mesetas-Meta

**Instrumento:** Diálogo con líderes de la emisora- entrevistas semiestructuradas

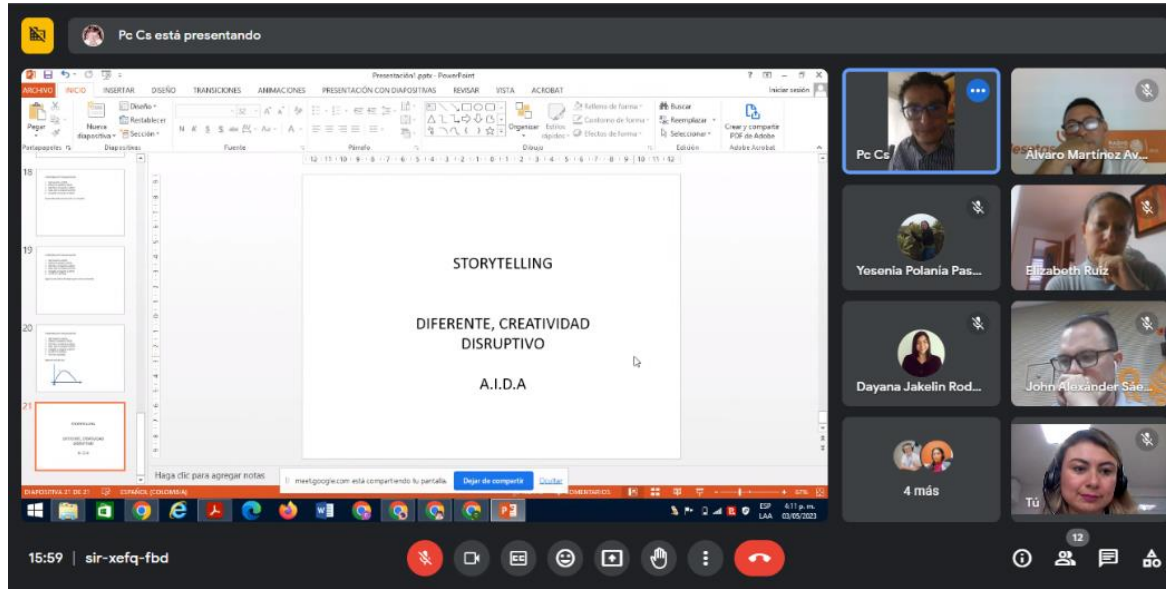


**Día 2:**

**Objetivo:** Socialización del protocolo de innovación en medios públicos- proceso de formación en innovación.

**Instrumento:** cartografía social-taller sobre co-creación.

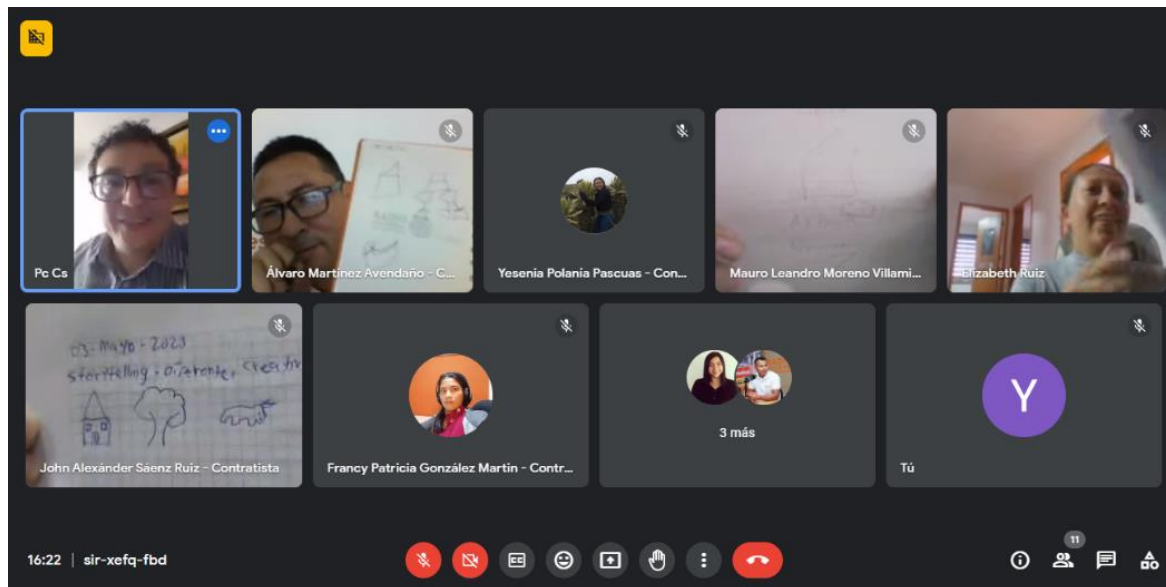




## Taller de formación Storytelling

**Objetivo:** Promover un proceso de formación respecto de la innovación pública y en medios en la producción radiofónica con el equipo de la Emisora de Paz de Mesetas.

**Capacitación virtual:** Experto invitado. Sesión 1(mayo 03 de 2023)





## Referencias

02



# Referencias

- 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.
- Castells, M. (1997). La era de la Información (Vol. I): Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad Red. Madrid: Alianza
- 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](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EiP/Principios_Innovaci%C3%B3n_P%C3%BAblica.pdf)
- 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/>
- Krumsvik, Arne H., Milan, Stefania, Bhroin, Niamh Ní and Storsul, Tanja. "14. Making (Sense of) Media Innovations". Making Media: Production, Practices, and Professions, edited by Mark Deuze and Mirjam Prenger, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2019, pp. 193-206. <https://doi.org/10.1515/9789048540150-014>
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- 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](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000100007)
- UNESCO (2006). RADIOTELEVISIÓN DE SERVICIO PÚBLICO: UN MANUAL DE MEJORES PRÁCTICAS. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141584\\_spa](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](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216616_spa)



Bogotá Sede Principal / Av. Calle 32 No. 17 - 30  
PBX: 338 06 66

[ucompensar.edu.co](http://ucompensar.edu.co)

