



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

Noviembre 2023

A photograph of three young adults (two men and one woman) sitting together, smiling and looking at a laptop screen. They appear to be in a casual, collaborative environment.

Temas

- 1 Contexto investigación
- 2 Objetivos
- 3 Metodología
- 4 Resultados
- 5 Referencias

Sobre RTVC

Sistemas de Medios Públicos en Colombia



Sistema de Medios Públicos



<https://www.rtvc.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).



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

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

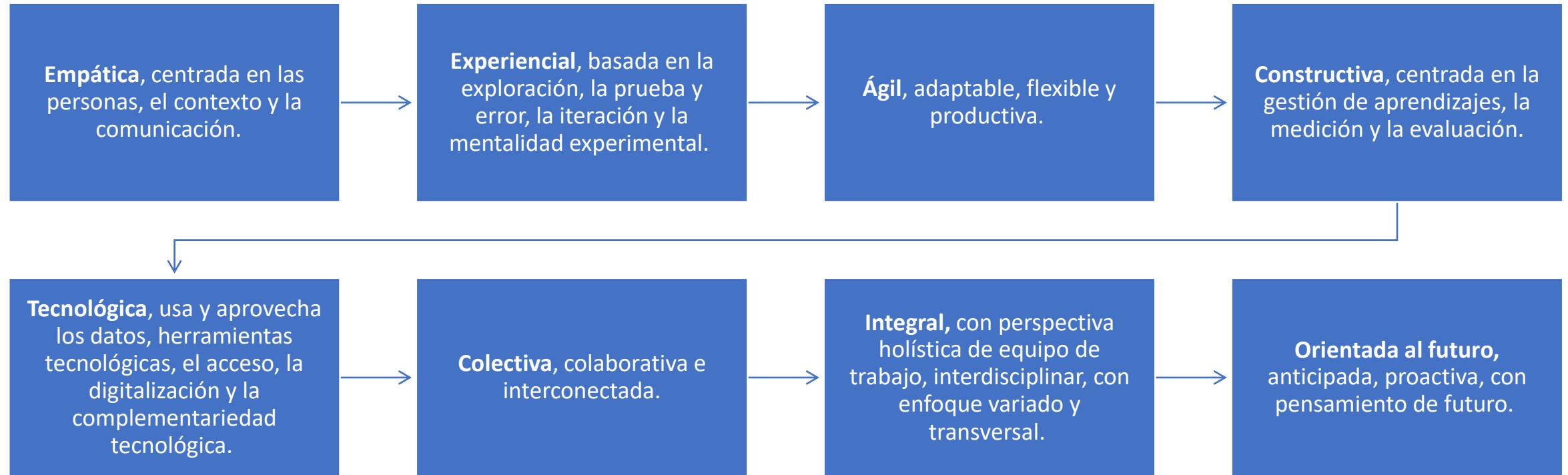
Innovación pública: **Empática, experimental, ágil, constructiva, tecnológica, colectiva, integral y orientada al futuro.**

Proyectos
Inteligencia Artificial **IA**



@EXPLOREMONS
UN ESPACIO PARA APRENDER

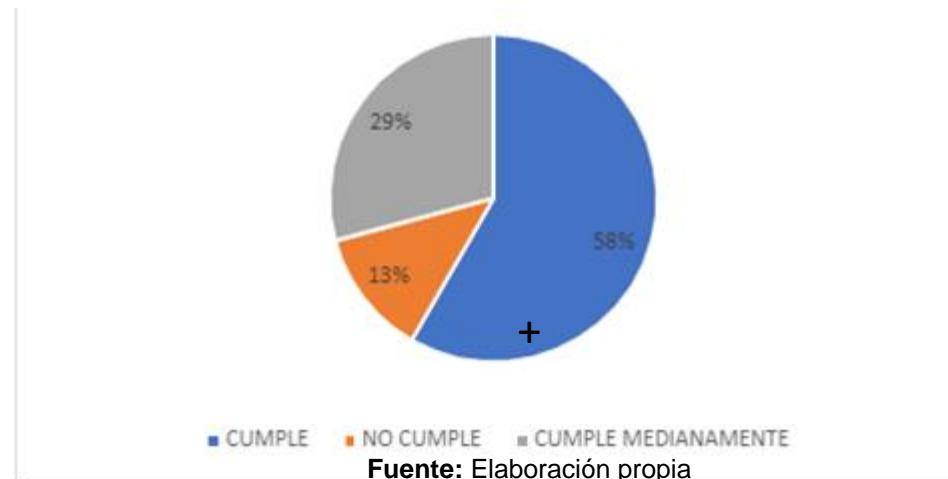
Principios de Innovación Pública



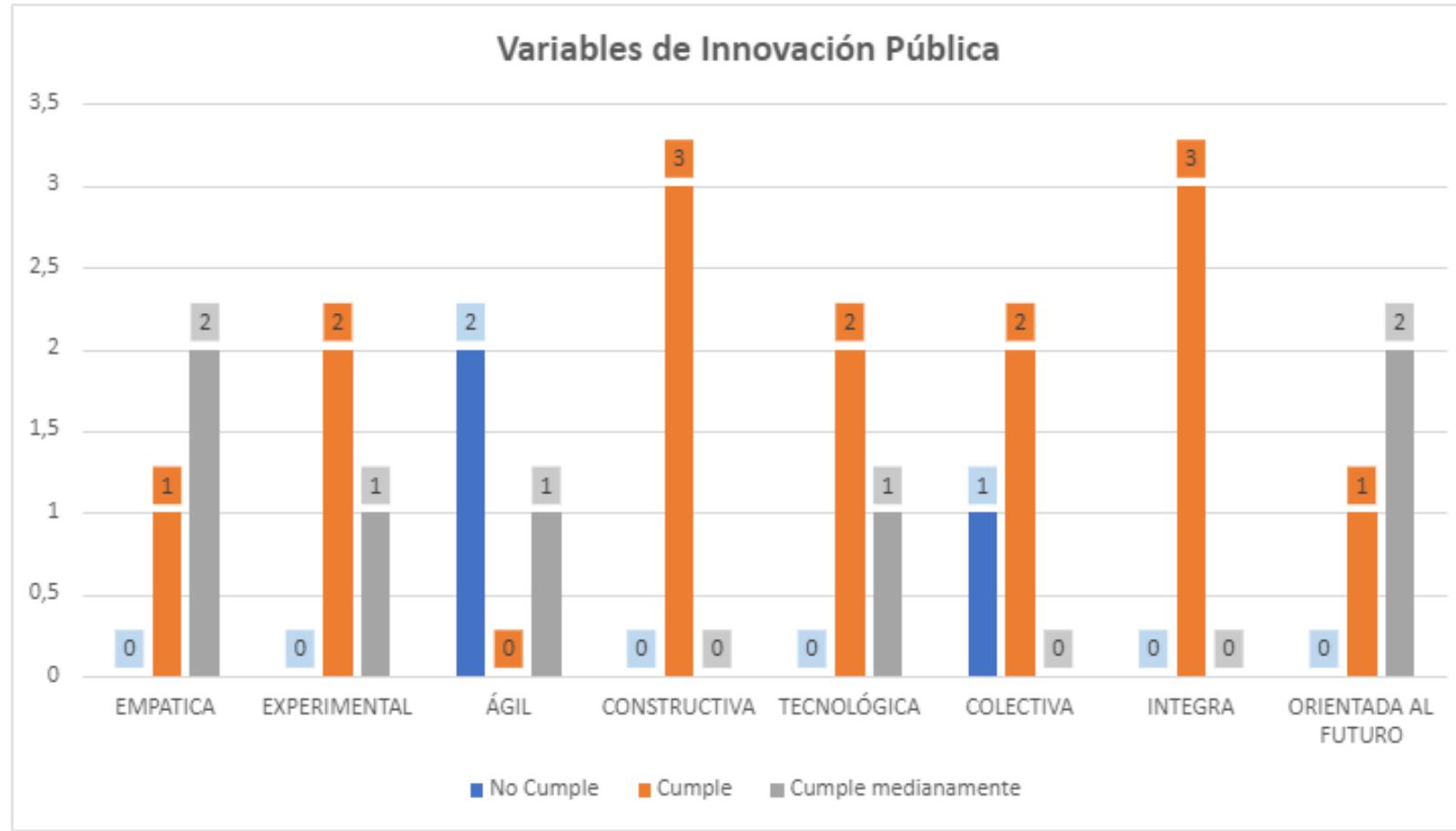
Principios de Innovación pública

Las tres iniciativas innovadoras de la RTVC (L.A.B.R.I.A, Radiolaboratorio y Exploremos) 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.

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.

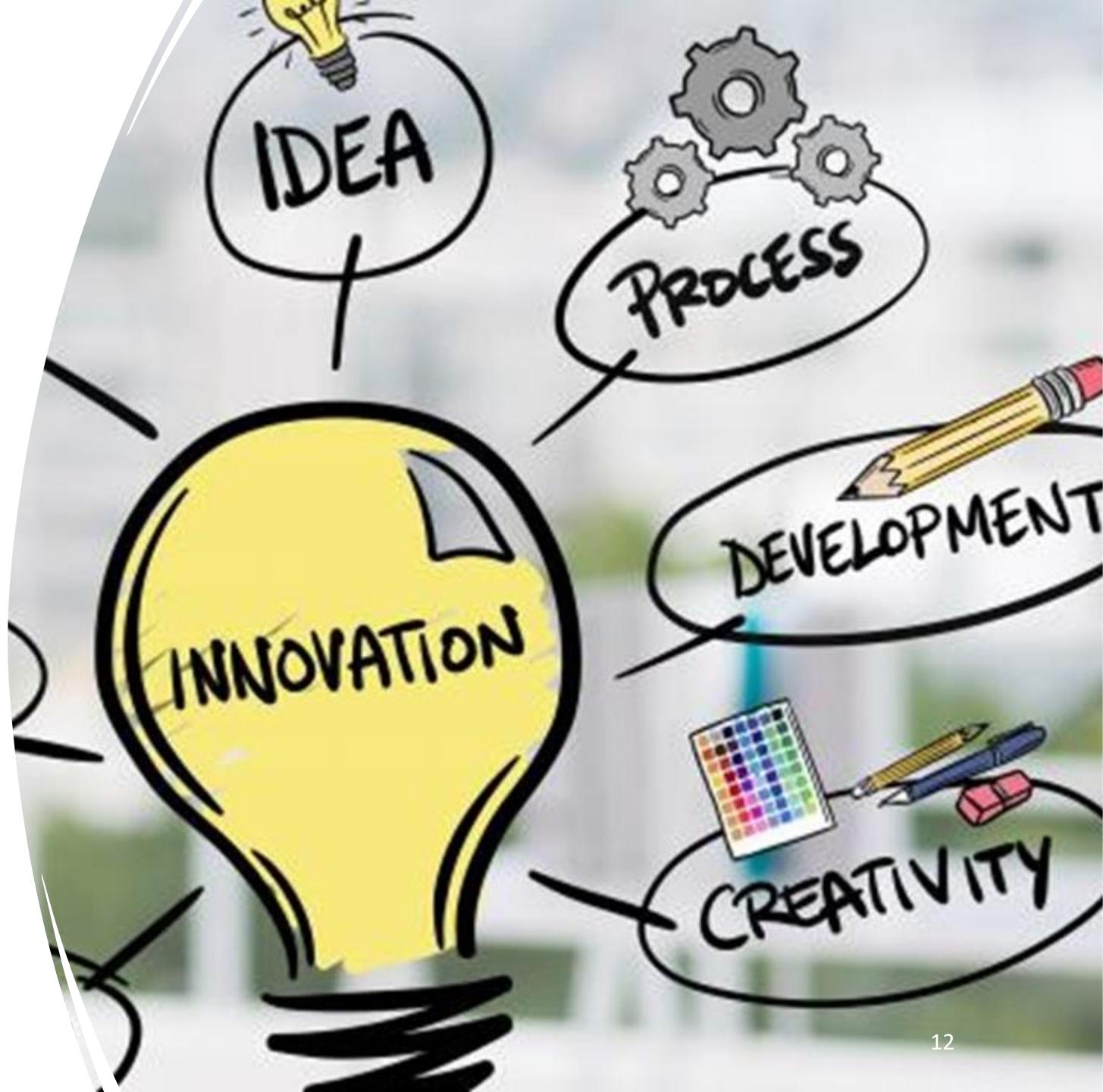
Principios de Innovación en Medios

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).

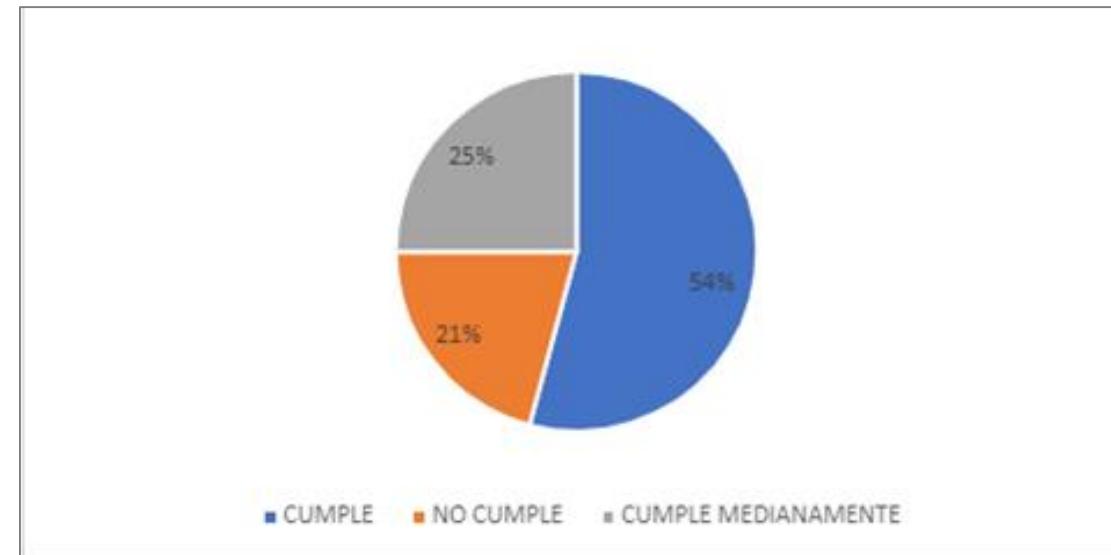


Principales hallazgos y desarrollos

Principios de Innovación en medios

Las tres iniciativas L.A.B.R.I.A, Radiolaboratorio y Exploremos 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.

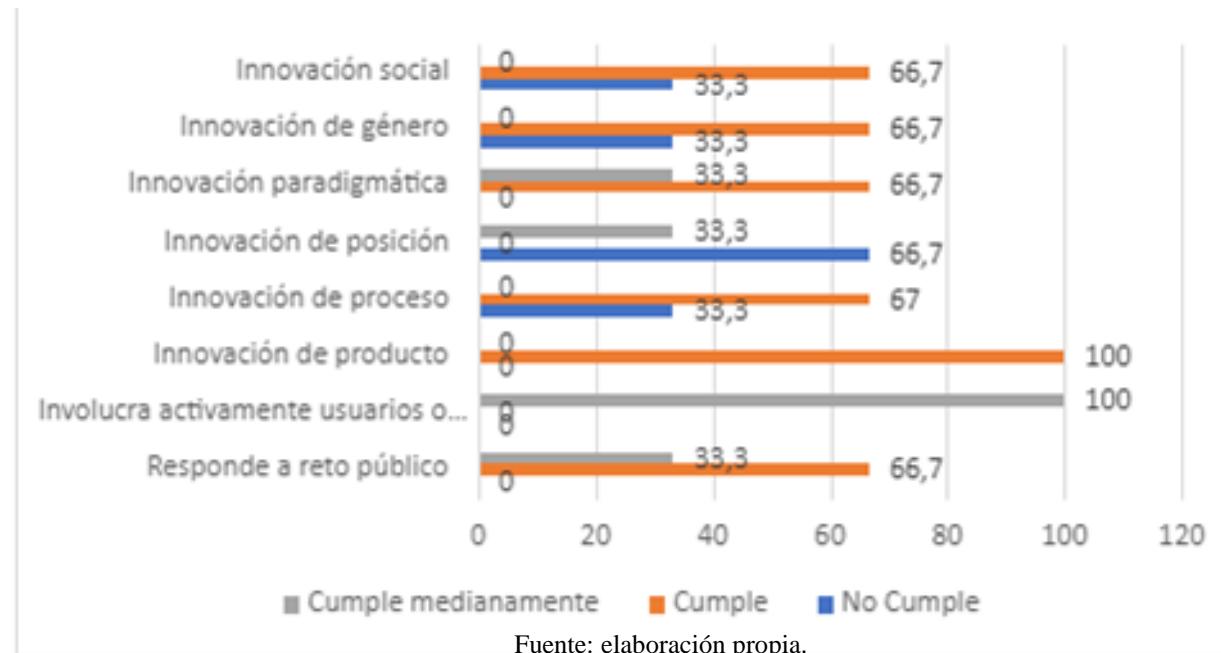


Fuente: elaboración propia.

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.



Fuente: elaboración propia.

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

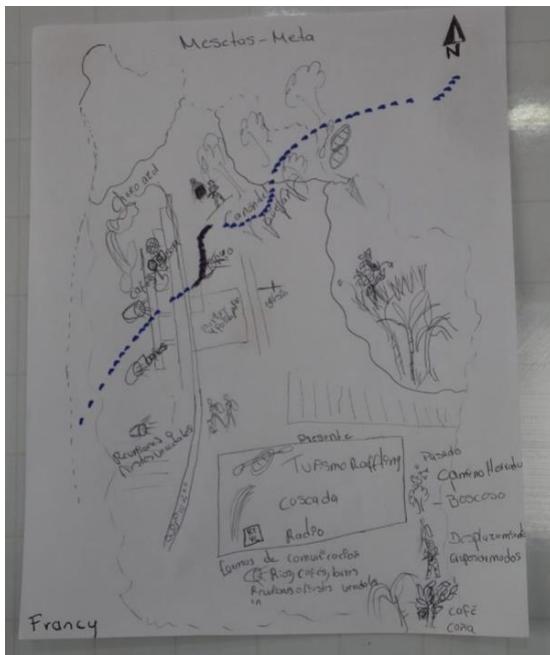


Trabajo de Campo: visita a emisora de paz (Mesetas) 20-21 - 22 de abril 2023

Día 1:

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

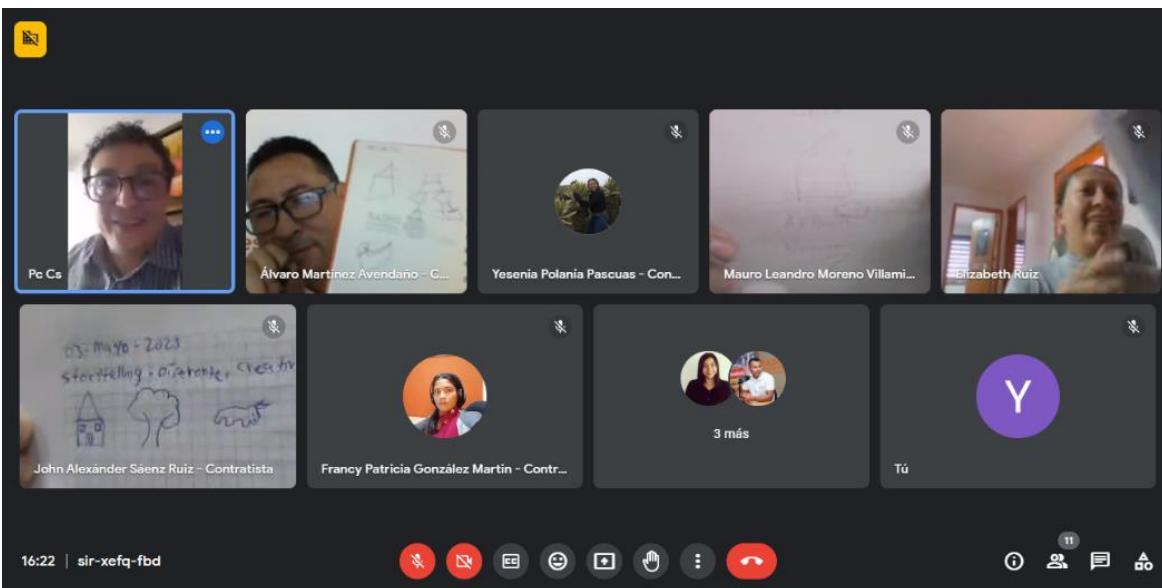
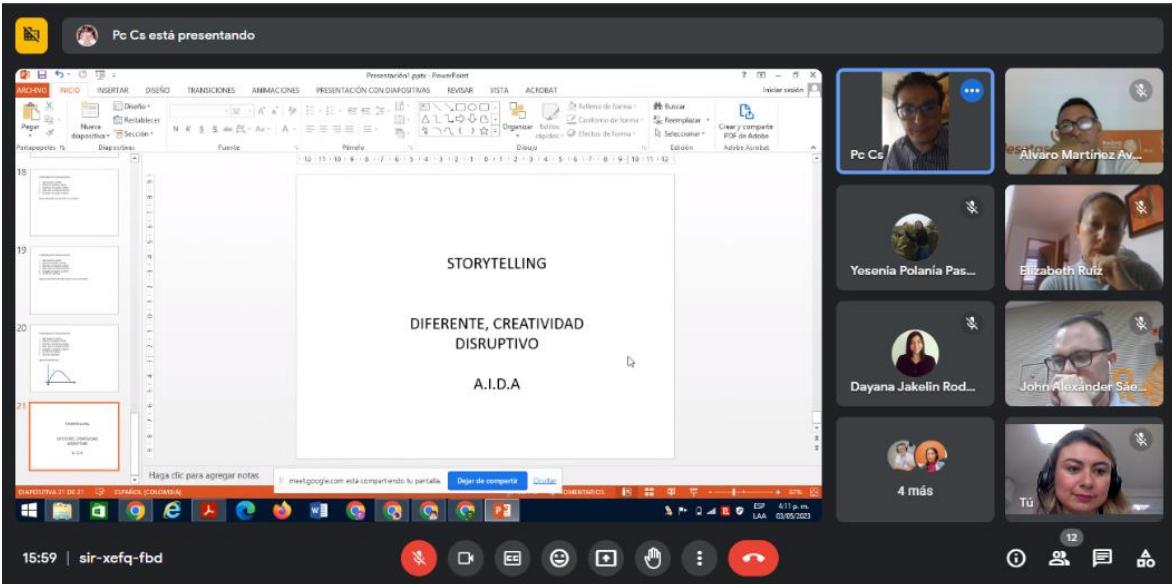
Instrumento: Diálogo con líderes de la emisora- entrevistas semiestructuradas



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
- 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, Bhoirin, 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
- 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



fundación
universitaria

Bogotá Sede Principal / Av. Calle 32 No. 17 - 30

PBX: 338 06 66

ucompensar.edu.co

