



República Bolivariana de Venezuela  
Universidad Monteávila  
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información  
Escuela de Comunicación Social

**EVENTO WWWRADIO “LA EXPANSIÓN DE LA ONDA A TRAVÉS DE LA WEB”.**  
**LA INFLUENCIA DEL INTERNET EN LA RADIO VENEZOLANA**  
Proyecto Final de Carrera como requisito parcial para optar al Grado de Licenciado  
en Comunicación Social

CARRILLO, Katherine  
DAMEÁ, Katherina  
Profesor Coordinador: PALMERO, Luis

Caracas, 09 de Marzo de 2012



## APROBACIÓN DEL PROFESOR COORDINADOR

Quien suscribe LUIS PALMERO , Profesor Coordinador del Proyecto Final de Carrera EVENTO WWWRADIO “LA EXPANSIÓN DE LA ONDA A TRAVÉS DE LA WEB”. LA INFLUENCIA DEL INTERNET EN LA RADIO VENEZOLANA, elaborado por Katherine Carrillo y Katherina Dameá, para optar por el título de **Licenciado en Comunicación Social**, considera que el mismo reúne los requisitos exigidos por la Universidad Monteávila, y tiene méritos suficientes como para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del comité examinador designado.

En la ciudad de Caracas, a los 09 días del mes de marzo de 2012

Nombre: \_\_\_\_\_

(Firma) \_\_\_\_\_

Profesor Coordinador

## **AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN**

Nosotras, Katherine Carrillo y Katherina Dameá, venezolanas, mayores de edad y titulares de las Cédula de Identidad No.19.532.182 y 19.505.011 respectivamente, por medio de la presente autorizamos a la Universidad Monteávila, a publicar el Trabajo Final de Grado de nuestra autoría que se detalla a continuación, en la Biblioteca y en la página web de la Universidad, permitiendo sin límites la consulta de la misma por Internet. Queda prohibida la reproducción de los textos de que se trate, en forma total o parcial y por cualquier medio. Título del Proyecto Final de Carrera: Evento wwwRadio “La expansión de la onda a través de la web”. Influencia del Internet en la radio venezolana.

En Caracas, a los 9 días del mes de marzo de 2012

Firma:.....  
.....

## AGRADECIMIENTOS

Principalmente quisiera agradecer a mi familia, papá, mamá, Nathy, Dani José, por estar siempre pendientes de mi y de mis cosas, por darme ese impulso que todos necesitamos en algún punto de la vida y por hacerme sentir segura de mi misma en todo momento. Realmente no creo que esto sea suficiente para expresar todo lo agradecida que estoy con la vida por tener una familia como esta, pero este es un buen comienzo.

A Diego García por ser tan incondicional y estar allí cada vez que lo necesito. Por demostrarme que puedo contar con él sin importar lo que pase y por dar todo de sí para que este evento fuera exitoso. Y por sobre todo porque supo calmarme con palabras dulces y de aliento en los mayores momentos de estrés. Eres increíble.

Por supuesto a Katherine Carrillo, mi eterna y fiel compañera de trabajos. Sin su carisma, su sonrisa, sus chistes malos, su positivismo y su enorme inteligencia, nada de esto habría sido lo que fue.

A mi tutor Luis Palmero y a mi asesor Federico Ponce. Siempre estuvieron pendientes del desempeño y optimo desarrollo del trabajo. Gracias por los consejos, la colaboración y el apoyo.

Y por último pero no por eso menos importante, quisiera dar un especial agradecimiento a todo el personal de mantenimiento y cocina de la Universidad Monteávila. Su apoyo durante el evento fue realmente incondicional, siempre con una sonrisa en la cara y nunca con un no como respuesta, fue realmente increíble la ayuda recibida de su parte.

¡A todos mil gracias, por ustedes este evento fue lo que fue!

***Katherina Dameá G.***

Quiero agradecerle a Dios, por darme vida, salud y por poner en mi camino oportunidades y personas que me han hecho crecer no solo como profesional sino también como persona durante este largo camino.

Gracias a mi madre, Ana Molinares, que con amor y sacrificio ha hecho de mí lo que soy. Por haber estado a mi lado en cada paso que he dado desde el momento mismo en el que me trajo al mundo, por celebrar mis triunfos, alentarme siempre a ser mejor y apoyarme en cada decisión tomada.

A mis hermanas Katty, Lina y Lilibeth por estar siempre pendientes de mí, por consentirme, apoyarme y regañarme cuando ha sido necesario. Crecer con ellas ha sido el mejor ejemplo de constancia y excelencia que he podido tener.

Silvana Córdova, una hermana más para mí. Gracias por estar conmigo compartiendo risas, llantos y sueños desde hace tantos años. Por ser incondicional, brindarme tu apoyo y confiar en mí.

Muchas gracias a mi compañera y amiga Katherina Dameá por confiar en mí para llevar a cabo el Proyecto que simboliza el culmen de nuestra carrera. Somos el equilibrio perfecto entre el estrés y la calma, no dudes que te querré siempre.

Luis Palmero, el tutor que siempre quise tener y que afortunadamente tuve. Gracias por acompañarnos en este proceso, por mantener el interés en orientarnos y apoyarnos de comienzo a fin.

Jois Ochea, profesora que más que literatura nos ha enseñado a ir más allá de lo que nuestros ojos ven. Gracias por dedicarnos el tiempo para aclarar dudas y por no limitarte a enseñarnos aquello que señala el pensum.

Por último, pero no menos importante, agradezco a los señores Luis Barrios, Alcidez, Winston, Gustavo y Naudi García por proporcionarnos toda la ayuda que necesitamos en el momento justo.

***Katherine Carrillo M***

## ÍNDICE

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO I.....	4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
2. OBJETIVOS.....	5
2.1 GENERAL.....	5
2.2 ESPECÍFICOS.....	5
CAPÍTULO II.....	6
1. MARCO TEÓRICO.....	6
CAPÍTULO III.....	17
1. MARCO METODOLÓGICO.....	17
1.1 Pre- evento.....	17
1.10 Evento.....	33
1.11 Post-evento.....	34
1.11.1 Análisis de resultados.....	35
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
BIBLIOGRAFÍA.....	42
ANEXOS.....	45

## RESUMEN

El evento wwwRadio surge con el propósito de abordar un tema que ha dado un nuevo giro a la comunicación, dicho avance consiste en la posibilidad de expandir el alcance de la radio más allá de los límites tradicionales gracias al Internet.

Con la presentación y exposición de cuatro (4) ponentes conocedores del tema, se llegó a los alumnos de la Universidad Monteávila y al público externo que quiso conocer el tema con mayor profundidad.

Muchos dicen que en la actualidad el Internet se ha convertido en el medio de comunicación encargado de sustituir a todos los demás, pero más que una sustitución es un complemento. En el caso particular de la radio, ha brindado al público la oportunidad de seguir escuchando sus programas favoritos sin la necesidad de estar atado a un lugar u horario específico.

De esta manera, se desarrolló un evento basado en tres (3) charlas donde los ponentes expusieron diversos puntos en cuanto al tema principal: la influencia del Internet en la radio venezolana.

Como elemento sorpresa y cierre del evento se realizó un sorteo donde dos (2) personas obtuvieron la oportunidad de realizar una práctica de radio en vivo frente al público asistente, práctica que posteriormente fue transmitida como un programa especial a través de la señal de RadioUMA.

Para promover wwwRadio, se llevó a cabo una campaña publicitaria con un mes de duración, donde se colocaron afiches con toda la información en las carteleras y espacios de la Universidad Monteávila. Para el público externo se anunció el evento a través de La Mega 107.3 FM en su micro "Agenda Universitaria", y en las redes sociales Twitter y Facebook.

## INTRODUCCIÓN

La radio es una de las principales menciones de la comunicación social, y gracias a los avances tecnológicos, hoy en día ha llegado a incursionar en la web 2.0. Esta nueva modalidad ha brindado, tanto a los emisores como a los receptores, una serie de posibilidades y oportunidades que antes parecían imposibles.

Actualmente, el radioescucha ya no está sujeto a un lugar ni horario específico para poder disfrutar de sus programas de radio favoritos. Esta evolución ha expandido el alcance de la radio pasando de lo tradicional, como lo es un radio analógico con señal emitida dentro de un territorio determinado, a ser escuchada a través de una computadora o un teléfono inteligente desde cualquier lugar del mundo.

El beneficio que brinda el Internet a la radio no sólo aplica para el público, sino también para los productores y locutores que han podido encontrar un espacio para exponer sus diversas propuestas y contenidos dedicados a satisfacer los gustos de una audiencia cada vez más exigente.

Aprovechando la oportunidad del Proyecto Final de Carrera, consideramos una necesidad dar nuestro aporte sobre un tema útil y actual para los estudiantes. Con la realización de tres (3) charlas buscamos despertar mayor interés hacía la radio y las nuevas tecnologías disponibles.

El jueves 16 de febrero se llevó a cabo un evento donde el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila se convirtió en un espacio abierto a la participación de todos aquellos que quisieron conocer las nuevas posibilidades que brinda la tecnología en materia radial.

Fueron contactados locutores que además de ejercer en el medio tradicional, hayan sido usuarios y benefactores del Internet. Con esta premisa Iván Matta, Luisana Altamiranda, Francisco Granados y Verónica Gómez fueron los seleccionados con el fin de que a través de sus ponencias expusieran a los alumnos y público en general las



diferentes ideas y perspectivas que giran en torno a la influencia del Internet en la radio venezolana.

La campaña publicitaria realizada para promover el evento constó de un paquete gráfico conformado por: afiches, calcomanías y pendones, los cuáles fueron distribuidos en las diferentes carteleras, pasillos y salones de la Universidad Monteávila. Para darle exposición fuera del espacio universitario se hizo uso de las redes sociales con la creación de la cuenta en Twitter @www\_radio y un evento invitacional de Facebook. La información también fue difundida a través de la “Agenda Universitaria” de La Mega 107.3 FM y páginas web como lamegaestación.com, hoyquehay.net y masconectados.com.

El evento contó con el patrocinio de un total de cinco (5) empresas a través de la modalidad de intercambio. SinCableTv, Grupo 10, La Mega 107.3 FM, Remake SMS y Tequechongos, prestaron su colaboración en diferentes áreas.

# CAPÍTULO I

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde el nacimiento del Internet se ha visto un avance significativo en el mundo de las comunicaciones. La red nos ha brindado la posibilidad de tener una mayor y más rápida interacción, no sólo con familiares y conocidos, sino también con el universo noticioso en el que vivimos de forma directa y gratuita.

El Internet ha logrado posicionarse como un medio de comunicación masivo, ya que ha conseguido romper las barreras de tiempo, espacio y costos que históricamente han sido las limitantes para los medios de comunicación tradicionales. Aunque representa un complemento, ha llegado a ser considerado por éstos como una amenaza. Actualmente, los profesionales de la comunicación han convertido esta herramienta en su aliado principal para llevar a cabo su trabajo. Esto se debe a una fuerte relación que logran establecer con sus seguidores, en el caso específico de los usuarios de las redes sociales.

El análisis de cuan importante ha sido el impacto e influencia del Internet en la radio venezolana no ha sido abordado a profundidad, y por ende no son muchas las fuentes de información disponibles en relación a este tema; siendo manejados estos contenidos principal y casi exclusivamente por los especialistas en el tema. En consecuencia, gran parte de la población estudiantil, específicamente de la Universidad Monteávila, se encuentra carente de conocimientos al respecto. La novedad de este asunto, es también un factor que influye en el hecho que no exista una amplia bibliografía referente al tema.

La radio forma parte de los medios de comunicación más importantes y de mayor receptividad en Venezuela, por lo que es importante analizar cada uno de los aspectos por los que se pueda ver en ventaja o desventaja con respecto a otros medios, ante la influencia del Internet.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 GENERAL

Organizar un evento para los estudiantes de la Universidad Monteávila donde se llevarán a cabo charlas sobre la influencia del Internet en la radio venezolana.

### 2.2 ESPECÍFICOS

- Generar una campaña publicitaria visualmente atractiva para dar promoción al evento y captar la mayor cantidad de público posible.
- Realizar la producción y logística del evento, tomando en cuenta patrocinio, plaza y personal.
- Utilizar la figura y experiencia de profesionales de la comunicación en el área radial como medio para informar a los alumnos a cerca de los beneficios propiciados por el Internet para la radio.
- Complementar la información teórica expuesta por los ponentes, mediante una práctica donde dos (2) alumnos podrán vivir la experiencia de hacer un programa de radio junto con un locutor profesional, frente al público asistente, que será transmitido a través de Radio UMA.

## CAPÍTULO II

### 1. MARCO TEÓRICO

#### 1.1 RADIO

Luego de evaluar diversas definiciones acerca del concepto de radio, se consideró oportuno realizar una adaptación propia tomando como base la información obtenida de las diversas fuentes consultadas para la realización de este trabajo.

La radio es un medio de comunicación masivo, que permite la interacción entre transmisores y receptores a través del uso de la voz y los sonidos sin la necesidad de cables. Anteriormente, las comunicaciones eran limitadas por la dependencia que existía en cuanto al uso de cableado. La evolución de la tecnología da paso a otras formas de envío de audio a distancia como lo es la radio por Internet.

Las ondas electromagnéticas no necesitan de un medio físico de transporte para ser transmitidas por lo que la radiodifusión es el medio de comunicación más barato y común.

#### 1.2 HISTORIA DE LA RADIO

Antes de la llegada de la radio, existían diversas formas de comunicación, pero estas sólo eran posibles mediante el uso de cables, lo que limitaba las transmisiones dependiendo del alcance de cada cable.

Michael Faraday, científico británico, quiso solucionar este problema, pero con sus estudios no logró descubrimientos importantes. Años más tarde James Maxwell, físico escocés, los tradujo al lenguaje matemático logrando grandes avances tecnológicos, donde predijo la posibilidad de crear ondas electromagnéticas y su propagación en el espacio a 300.000 Km por segundo.

En 1867, James Clerk Maxwell, el padre del electromagnetismo, formuló la teoría de las ondas electromagnéticas; en 1888, el físico alemán Heinrich Hertz descubrió las ondas de la radio, luego denominadas ondas hertzianas en su honor; en 1894, Nikola Tesla, físico de origen Croata, demostró en público por primera vez una transmisión de radio; y en 1895 el italiano Guillermo Marconi, físico e inventor italiano, construyó el primer sistema de radio. A pesar de esto, la invención de la radio no se le atribuye a una sola persona. Por el contrario, cada país reconoce a sus teóricos y creadores como únicos inventores del medio de comunicación.

Fue en el año de 1943, cuando la Corte Suprema de los Estados Unidos concede a Nikola Tesla los derechos de invención de la radio.

Mas según un profesor de la Universidad de Navarra, el verdadero inventor de la radio es el español Julio Cervera Baviera en el año de 1898, ya que fue el primero en resolver el problema de la telefonía sin hilos, llegando a registrar la patente en España, Inglaterra, Alemania y Bélgica.

Es difícil establecer también cuál fue la primera emisora de transmisión regular enfocada en entretenimiento e información, ya que en el año de 1920 se realizó la transmisión del primer programa radial en Argentina desde la azotea del Teatro Coliseo, otro en Estados Unidos (la 8MK, actualmente WWJ), así como también la KDKA en Pittsburg.

Para el año 1933, Edwin Armstrong, ingeniero eléctrico e inventor estadounidense, crea un sistema de radio de mayor calidad al de frecuencia AM que existía para ese momento, al cual identifica como modulación de frecuencia "FM". Para finales de esa década, el mismo Armstrong crea la primera emisora bajo ese sistema.

Entre los años 50 y 80 la tecnología radial atravesó por un período de mejoras y desarrollo de tecnologías más avanzadas. Pero a partir de los 60, comenzó el declive de este medio de comunicación a raíz de la llegada de la televisión a los hogares.

En los años 90 hay un resurgimiento gracias a las tecnologías digitales que permitieron un gran aumento en calidad de sonido. También se comienzan a hacer pruebas con la radio satelital y más adelante las transmisiones de radio vía Internet.

### 1.3 LENGUAJE RADIOFÓNICO: LA LOCUCIÓN

A diferencia de los otros medios de comunicación masivos, la radio es únicamente transmitida al público mediante el sentido auditivo. No existe la captación de imágenes, por lo que se han desarrollado una serie de normas para que el mensaje sea claro y conciso.

En cualquier proceso de producción radiofónica se comienza siempre por el estudio del sonido por ser la fuente y materia prima que configura todos los mensajes (...) Será el sonido entonces el punto de partida de cualquier proceso expresivo. (Rodero, E. 2005: 21).

Es sumamente importante que el locutor esté en la capacidad de controlar su voz, ya que es su principal herramienta de trabajo. La dicción, proyección, pronunciación, modulación, y el tono conversacional son elementos esenciales para realizar una locución de calidad.

### 1.4 LA RADIO EN VENEZUELA

La radio como medio de comunicación masivo no llega a Venezuela sino hasta el año 1926 durante el gobierno del General Juan Vicente Gómez. El permiso oficial fue obtenido el 25 de septiembre de 1925 con el nombre de "AYRE", el cual concedía la exclusividad de las transmisiones, así como también la venta de receptores. El Director Gerente de "AYRE" era Luis Roberto Sholtz, y el locutor oficial Alfredo Moller.

Las antenas estaban instaladas en lo que hoy se conoce como Nuevo Circo, y los equipos de transmisión en una casa cercana. La información transmitida eran noticias que leían de los periódicos y otros programas variados.

Esta emisora no tuvo mucha duración, ya que con la llegada de los acontecimientos políticos de 1928, es clausurada oficialmente. Y no es sino hasta dos años después que surge Broadcasting Caracas, fundada por William H. Phelps, dueño del almacén Americano, negocio especializado en la importación y venta de artefactos eléctricos. Para el año de 1935 quedó con el nombre de "Radio Caracas".

En torno a Radio Caracas empieza a formarse toda una élite de figuras del mundo de la comunicación, de la música y de la intelectualidad venezolana.

Después de la creación de la 1BC (Radio Caracas) van apareciendo las voces de "Radiodifusora de Venezuela" (1932), "La Voz de Carabobo" (1934), "La Voz del Táchira" (1935), "Emisoras Unidas" (1935), "Ondas Populares" (1935), "Ecos del Zulia" (1936), "Ondas del Lago" (1936), "Radio Popular" (1936), "La Voz de la Esfera" (1937), "Ecos del Orinoco" (1938), "Emisora Vargas" (1938), "Radio Puerto Cabello" (1938) y "La Voz de la Fe" (1940).

A raíz del surgimiento de todas estas nuevas emisoras, se desarrolla a su vez el órgano que agrupa a las emisoras de radio nacionales existentes para esa época, La Cámara Venezolana de la Radiodifusión, con el fin de fomentar y desarrollar la industria de la radio nacional.

La radio en Venezuela no es únicamente símbolo de avance y tecnología, sino que ha sido de gran importancia para la historia política del país, así como también en la publicidad, el deporte e incluso el vocabulario de los venezolanos sufrió cambios a raíz del lenguaje sectorial de la radio.

Los artistas y grupos musicales regionales e inclusive internacionales se dieron a conocer gracias a la radio. También las transmisiones, principalmente de béisbol y boxeo, tuvieron un auge enorme.

La radio venezolana también se ve muy afectada con la llegada de la televisión a los hogares, por el gran atractivo que representaba su transmisión no solo auditiva sino visual. Viéndose recortada la publicidad, la industria radiofónica se ve en la necesidad de difundir principalmente la música de las disqueras e informaciones precarias. De esta caída, la radio comienza a recuperarse a partir de 1980 con la llegada de la Frecuencia Modulada, que trae programas de entretenimiento de atracción para el público, además de brindar una notable mejora a la calidad del sonido.

Actualmente, en Venezuela, existen aproximadamente 200 estaciones de radio, algunas de ellas agrupadas en cadenas radiales (Circuito Center, Cadena Radial La Venezolana, Unión Radio, Circuito F, entre otros).

## 1.5 INTERNET

La forma más sencilla de definir el Internet resulta explicando que se trata de una red de redes, es decir, la conexión de varios computadores entre sí, a través de la web con la finalidad de intercambiar información.

Actualmente, uno de los servicios de mayor rango a nivel mundial en Internet es el WWW (World Wide Web), que es un conjunto de protocolos<sup>1</sup> que permite la consulta de archivos ubicados en la red.

---

<sup>1</sup> Los protocolos son reglas y procedimientos para la comunicación e interacción entre equipos conectados en la red.



El Internet se ha convertido en el medio que utiliza la mayor parte de la población, con sus millones de páginas web abiertas al mundo entero aportando información, entretenimiento y comunicación entre usuarios.

## 1.6 HISTORIA DEL INTERNET

La primera red de computadoras que se creó en el mundo, fue en Estados Unidos durante la Guerra Fría (1969), con el fin únicamente militar de poder controlar a Rusia. En el caso de haber un ataque por parte de los comunistas, Estados Unidos tendría acceso a información rusa desde cualquier punto del país.

Esta red fue llamada ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network o Red de la Agencia para los Proyectos de Investigación Avanzada de los Estados Unidos), y durante la década de los 70, se fueron uniendo a ella redes gubernamentales y académicas.

Para investigadores, científicos, profesores y estudiantes fue un gran avance, ya que tenían la oportunidad de obtener información de otras instituciones de manera rápida y sencilla, así como también de publicar sus trabajos para que otros tuvieran acceso.

Todo esto se dio gracias a Leonard Kleinrock, creador de la tecnología de Internet, que en 1961 publica desde el MIT<sup>2</sup>, el primer documento sobre la teoría de conmutación de paquetes<sup>3</sup>, donde habla sobre la comunicación vía paquetes en vez de circuitos.

Un tiempo después, Lawrence Roberts, científico estadounidense considerado uno de los padres del Internet, hizo una prueba conectando una computadora TX2 en Massachusetts con una Q-32 en California a través de una línea telefónica conmutada de baja velocidad, creando así la primera red de computadoras.

---

<sup>2</sup> Massachusetts Institute of Technology.

<sup>3</sup> Técnica que sirve para hacer un uso eficiente de los enlaces físicos en una red de computadoras.

No fue hasta 1972 que se realizó la primera demostración pública de ARPANET, que tuvo tanto éxito que la DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) decidió financiar una investigación sobre posibles técnicas para interconectar redes. De este proyecto surge el nombre de “Internet” que se aplicó al sistema de redes interconectadas mediante los protocolos TCP/IP<sup>4</sup>.

Para el año de 1985, Internet ya era una tecnología establecida, pero conocida por muy pocas personas. Ese mismo año, el escritor William Gibson utilizó por primera vez el término “ciberespacio”, que con el tiempo, la palabra se convirtió en sinónimo de Internet. Ya en 1990 existían más de 100.000 servidores en el mundo.

Actualmente, Internet es el medio de comunicación de mayor alcance a nivel mundial, gracias a algunos de sus servicios disponibles como el acceso remoto a otras máquinas (*SSH y telnet*), la transferencia de archivos (*FTP*), el correo electrónico (*SMTP*), las conversaciones en línea (*IMSN MESSENGER, ICQ, YIM, AOL, Jabber*), la transmisión de archivos (*P2P, P2M, descarga directa*), etc.

El Internet en Venezuela no llegó sino hasta el año de 1980 cuando la Universidad Simón Bolívar hizo pruebas de interconexión de equipos y es en el año 92 cuando se realiza la primera conexión de Venezuela a Internet.

Según las estadísticas más recientes de CONATEL, existen unos 3.726.000 usuarios de Internet en Venezuela, para una penetración de aproximadamente 13% de la población.

## 1.7 INFLUENCIA DEL INTERNET EN LA RADIO

Carl Malamud, experto en tecnologías y autor de varios libros relacionados con el tema, fue el pionero de la radio por Internet con su programa “Geek of the Week” en 1993. Había nacido entonces un nuevo avance para la radio, y fue incluso antes que se transmitieran por primera vez los programas radiales por la red. Para poder transmitir y

---

<sup>4</sup> Protocolo de control de transmisión / Protocolo de Internet.

escuchar radio desde Internet, era necesaria una red de banda ancha con suficiente capacidad y programas especiales como Real Audio, Stream Works y Real System, que permitían decodificar el sonido a medida que llegaba, en vez de esperar que descargara el archivo completo. A esto se le llama Streaming.

Esta nueva tecnología viene acompañada de muchas ventajas. Se ha vuelto un medio más democrático, ya que cualquiera puede hacer un programa de radio vía Internet; los equipos emisores son más baratos; no se necesitan licencias; permite almacenar los mensajes para que el público los escuche cuando lo considere conveniente; y la cobertura es a nivel mundial. Por otra parte, su principal desventaja es el costo del equipo receptor, un computador o un celular inteligente son más caros que un radiotransmisor.

Internet se caracteriza por su capacidad de transmisión multimedia, y ese perfil existe gracias a las diversas formas que tiene para transmitir información. Una de esas formas es la sonora, propia del medio de comunicación radial. Es por esto que el Internet no se ve como una amenaza para la radio, ya que no busca sustituirla sino complementarla.

Internet tiene la capacidad de saltar las barreras geográficas, lo que las ondas hertzianas no han podido lograr. Además, es el único medio que en menos de cinco (5) años ha alcanzado los 50 millones de usuarios. Esto ha dado cabida para que las emisoras radiales que transmiten vía web tengan una difusión realmente masiva y lleguen a cualquier parte del mundo.

## 1.8 EVENTOS

Etimológicamente, evento proviene del latín *eventus*, y según el Diccionario Esencial de la Lengua Española es un “suceso importante y programado, de índole social, académica, artística y deportiva”

Ana Costas, Directora General del Marco de Comunicación en Madrid, en su ensayo “Las 5 claves principales para organizar un evento con éxito”, dice que la

organización de un evento es una de las herramientas de Relaciones Públicas más delicadas que existen, ya que en un evento, todo comunica. El público está presente físicamente y puede ver absolutamente todo lo que allí ocurre, de manera que hay que ser cauteloso y cuidar la imagen durante el mismo.

Federico Galvis Tarquino, especialista en alta Gerencia y Desarrollo Deportivo en Bogotá, ofrece varios conceptos y definiciones relevantes sobre el tema en su artículo “Tipos De Eventos, Conceptos, Planificación”

Evento es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención. Aquella actividad que se desarrolla en un momento puntual en el tiempo, con un principio y un final previamente conocido, independientemente de que pueda poseer una periodicidad establecida. (Galvis. 2009: S/P).

## 1.9 TIPOS DE EVENTOS

Cada evento cumple con una finalidad específica, es por ello que cada uno conlleva un tipo de organización de acuerdo a lo que se quiera lograr.

Federico Galvis Tarquino, en una presentación realizada en la Universidad Santo Tomás de Bogotá, los divide en:

- Sociales (Instalación y protocolo matrimonios , nacimientos, cumpleaños, aniversarios)
- Culturales (exposición, danza, teatro)
- Académicos (seminario, conferencia, científico)
- Recreativos (festival, espectáculo)
- Deportivos (prueba, campeonato, juegos)

Por su parte, Dennis H. Lewis, empresario que escribe artículos en la página web [www.Empresa-de-Éxito.com](http://www.Empresa-de-Éxito.com) y fundador de la firma Creative Persuasion, ofrece una explicación detallada de cada tipo de evento, que cubre más las necesidades y fines buscados con [wwwRadio](http://wwwRadio).

- **Presentación comercial:** tienen como finalidad dar a conocer los productos o servicios de una empresa o marca en específico. Tienen una corta duración y lo más importante es la relación directa con el cliente para despertar su interés.
- **El Seminario:** su principal interés es la información que se va a llevar el público en su cabeza. Debe tratar temas de interés para el target convocado y por lo general duran una jornada completa. Los ponentes deben ser grandes conocedores sobre el tema y deben tener la capacidad de hablar con un vocabulario comprensible y sencillo para captar rápidamente el interés y mantenerlo durante toda la charla.
- **Cursos de formación:** el principal interés es que el público aprenda algo que no conocía antes. Para ello es importantísima la profunda preparación de los ponentes o profesores que dictarán las charlas. Por otra parte, no todo el mundo aprende de la misma manera, por lo que es imprescindible que el curso cuente con diversidad de dinámicas para cada tipo de aprendizaje, esto mantendrá el interés en el público.
- **Ferias y exposiciones:** son importantes para darse a conocer, promocionarse y forjar nuevos contactos empresariales. Su principal característica es la interacción directa con el cliente o posible cliente y es esencial contar con información escrita ya que no siempre hay tiempo para dar una explicación exhaustiva a cada persona.
- **Incentivos y viajes:** muchas empresas prefieren hacer eventos de gran inversión pero con fines muy lucrativos. Un buen ejemplo de este tipo de eventos son los congresos médicos organizados por las empresas farmacéuticas. Ofrecen una gran oportunidad a los profesionales para crear vínculos, actualizar conocimientos y también para dar a conocer sus productos.

## 1.10 EVENTO wwwRadio

Con la finalidad de aportar información a la comunidad universitaria sobre lo que ha sido la influencia del Internet en la radio venezolana, se realizó un evento en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila.

Por su interés informativo y académico se escogió el evento tipo seminario ya que es el que más se adapta para lograr los resultados deseados.

Se contó con la presencia de personalidades de la radiodifusión como lo son Iván Matta, locutor de “A la Cuenta de 3” en La Mega 107.3 FM; Luisana Altamiranda, locutora de “Un, Dos, tres Ya” en La Hot 94.1 FM y Voice Over de RadioUMA; Verónica Gómez, locutora de “Apaga la Tele” en La Mega 107.3 FM y Francisco Granados, locutor de “2 horas de música Mega” en La Mega 107.3 FM, quienes dieron a conocer su opinión sobre la influencia del Internet en la radio, abordando temas tales como: “Fondo, forma y difusión. Un vistazo cauto a la relación radio-Internet; Evolución, de Amplitud Modulada al Streaming; Redes Sociales y Podcast; respectivamente.

El tema principal del evento no ha sido tocado a profundidad en la Universidad Monteávila, en base a esto, se quiso dar un aporte sobre la influencia que ha tenido el Internet en la radio venezolana a los alumnos que sientan algún interés por el medio de comunicación radial y los cambios tecnológicos que este ha sufrido.

## CAPÍTULO III

### 1. MARCO METODOLÓGICO

#### 1.1 Pre- evento

#### 1.2 CRONOGRAMA DE LAS ETAPAS DE REALIZACIÓN DEL EVENTO

FASE	ACTIVIDAD	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.
PRE-EVENTO	a) Fisionomía del evento					
	Lugar	■				
	Fecha	■				
	Público	■				
	Participantes		■			
	b) Comités		■			
PRE-EVENTO	c) Presupuesto		■			
	d) Identidad		■	■		
	e) Promoción			■	■	
EVENTO	a) Logística y organización					■
	b) Aplicación de encuesta					■
POST-EVENTO	a) Análisis y tabulación de instrumento de medición					■
	b) Finalizar manual de evento					■

### 1.2.1 Público meta

El target al que se dirige el evento wwwRadio “La expansión de la onda a través de la Web” está comprendido por mujeres y hombres entre 17 y 30 años de edad, principalmente relacionados con la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.

### 1.2.2 Día, fecha y lugar del evento

El evento se llevó a cabo el día jueves 16 de febrero de 2012 en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila.

### 1.3 Comités de trabajo

#### 1.3.1 Comité de patrocinio:

**Miembros: Katherine Carrillo y Katherine Dameá.**

- Definición del patrocinio deseado
- Búsqueda de posibles patrocinadores y datos de contacto.
- Comunicación vía telefónica con los posibles patrocinadores.
- Envío de propuesta de patrocinio vía mail.
- Reunión con los posibles patrocinadores.
- Confirmación del grupo definitivo de patrocinadores.
- Reunión para definir pautas del patrocinio.
- Solicitud de logos a las empresas para su colocación en el paquete gráfico.
- Reunión con diseñador de la empresa Grupo 10 y entrega del arte para la realización de los pendones.
- Seguimiento de la relación con los patrocinadores vía telefónica/mail.
- Búsqueda de material proporcionado por las marcas patrocinantes.
- Envío de cartas de agradecimiento.



### 1.3.2 Comité de participantes:

**Miembros: Katherine Carrillo y Katherina Dameá.**

- Búsqueda y estudio del perfil de los posibles ponentes.
- Definición de los ponentes deseados.
- Recopilación de datos para contactar a los ponentes.
- Contacto con los ponentes vía telefónica.
- Envío de propuesta de participación vía mail.
- Confirmación de participación de los ponentes.
- Solicitud de los currículos de los participantes.
- Reunión con los ponentes para definir los temas a tratar de cada uno.
- Mantenimiento de la comunicación vía telefónica/mail con los ponentes hasta llegada la fecha del evento.

Ponentes: Iván Matta, Luisana Altamiranda, Verónica Gómez, Francisco Granados

Participación especial: Ricathy Carrer (operador de controles).

### 1.3.3 Comité de Identidad y Comunicación:

**Miembros: Jonás Aveledo (Diseñador) Katherine Carrillo y Katherina Dameá**

- Reunión con el diseñador para definir las pautas a seguir.
- Lluvia de ideas para establecer el concepto de la imagen gráfica deseada para el evento.
- Aprobación de bocetos realizados por el diseñador.
- Muestra de arte al departamento de DPI de la Universidad para su aprobación.
- Seguimiento vía telefónica/mail con el diseñador ante cualquier entrega, modificación o duda.

- Reproducción y colocación de afiches, calcomanías y pendones en los espacios de la Universidad. **(Ver anexos 6.1, 6.2 y 6.3)**
- Reproducción de identificadores para los ponentes y el protocolo. **(Ver anexo 6.4)**
- Reproducción y distribución de invitaciones a las autoridades académicas de la Universidad. **(Ver anexo 5)**
- Compra y preparación de carpetas identificadas con el logo del evento para ser entregadas a los participantes.
- Envío vía mail de nota de prensa y afiche en digital a la Coordinación Académica de la FCCI para difundir invitación al alumnado a través de la Web.
- Recorrido a través de los salones para extender la invitación personalmente a los diferentes cursos.
- Envío de nota de prensa y afiche en digital para ser publicado en páginas web. (masconectados.com, hoyquehay.net y lamegaestacion.com)
- Envío de nota de prensa a la Coordinación de Eventos de La Mega 107.3 para promocionar el evento a través de la Agenda Universitaria.
- Creación y manejo de la cuenta de twitter @www\_radio.

#### 1.3.4 Comité de Logística y Protocolo:

##### **Miembros: Katherine Carrillo y Katherina Dameá**

- Reservación del Auditorio Principal.
- Planificación del horario, orden y duración de las ponencias.
- Planificación del refrigerio que se ofrecería entre ponencias.
- Planificación y ejecución de la decoración del Auditorio.
- Comunicación con personal de cocina para coordinar la realización del refrigerio.
- Comunicación con el encargado de Servicios de Mantenimiento, señor Luis Barrios, para solicitud de diversos elementos (videobeam, porta pendones, extensiones, etc.)

- Comunicación con el señor Ricardo Vásquez para coordinar el acceso de invitados y colaboradores a las instalaciones de la Universidad.
- Comunicación con encargado de informática Gustavo Peña y el operador de radio Naudy García para definir y solicitar los equipos de sonido y grabación necesarios.
- Comunicación con la señora Carmen Delgado para coordinar la planificación del desarrollo del evento.
- Preparación y entrega de obsequio.
- Carta de agradecimiento a los ponentes.
- Pre-producción y grabación de las voces en off utilizados durante el desarrollo del evento. **(Ver anexo 3)**
- Selección del personal de protocolo.

El personal de protocolo desempeñó actividades como:

- Recibimiento de ponentes y público en general.
- Entrega de carpetas a los participantes al momento de su llegada.
- Recolección de encuestas al final de las ponencias.
- Atender las inquietudes del público asistente en caso de ser necesario.
- Asegurarse de la disposición del refrigerio antes de la culminación de las ponencias.
- Control del tiempo de las ponencias.

Protocolo turno de la mañana:

Marines Hernández, Noha Della Polla, Raquel Siboni, Rodolfo Alonzo

Protocolo turno de la tarde:

Ashley Garrido, Paola Narváez, Ana María Sandoval, Rodolfo Alonzo.

## 1.4 Participantes

### 1.4.1 Modelo de carta de presentación para participantes

**(Ver anexo 2.2)**

### 1.4.2 Modelo de carta de agradecimiento para participantes

**(Ver anexo 9.2)**

### 1.4.3 Base de datos participantes

POSIBLES PARTICIPANTES		
NOMBRE	TELÉFONO	E-MAIL
Gonzalo Lazari	0412-6178505	g.lazari@gmail.com
Luisana Altamiranda	0414-5906507	luisanaaltamiranda@gmail.com
Michelle Dernerissian	0412-2360266	michelledmk@gmail.com
Erika De La Vega	0426-4099932	kikamega2000@yahoo.com
Francisco Granados	0414-1337623	contacto@franciscogranados.net
Verónica Gómez	0416-6958662	veronicagomezpino@gmail.com
Iván Matta	0416-6247574	ivanimeil@gmail.com

PARTICIPANTES FINALES		
NOMBRE	TELÉFONO	E-MAIL
Luisana Altamiranda	0414-5906507	luisanaaltamiranda@gmail.com
Francisco Granados	0414-1337623	contacto@franciscogranados.net
Verónica Gómez	0416-6958662	veronicagomezpino@gmail.com
Iván Matta	0416-6247574	ivanimeil@gmail.com

### 1.4.4 Currículos de participantes.

**(Ver anexos 4)**

#### 1.4.5 Explicación, justificación y objetivo de cada participación en el evento

##### **Iván Matta**

**Tema a tratar:** *“Fondo, Forma y Difusión. Un vistazo cauto a la relación radio- Internet”.*

Este profesional de la comunicación fue seleccionado para participar en el evento gracias a su elocuencia, popularidad y alto nivel cultural. Su trayectoria en la radio le ha permitido no sólo conocer con detalle su estructura y manejo sino también disfrutar y apreciar la revolución que ha vivido este medio gracias al Internet.

##### **Objetivos de la ponencia:**

- Dar una visión general de la radio.
- Conocer los pro y los contra que se encuentran en la relación radio – Internet.
- Conocer el panorama actual de la radiodifusión y su modernización.

##### **Luisana Altamiranda**

**Tema a tratar:** *“Evolución... Del Impreso al 2.0, de Amplitud Modulada al Streaming”.*

Luisana Altamiranda es egresada de la Universidad Monteávila y ahora parte del personal académico, lo que la hace conocedora de los valores, métodos y enseñanzas que imparte esta casa de estudio. A pesar de su corta edad ha emprendido interesantes proyectos y ha dado importantes pasos en su carrera como comunicadora social. Aunado a esto ha podido disfrutar de las innovaciones y posibilidades que ha brindado el Internet a la radio en todo su auge. Luisana reúne características que sirven como perfecto ejemplo para el desarrollo de los alumnos en formación.

##### **Objetivos de la ponencia:**

- Dar un breve repaso sobre la historia de la radio en Venezuela.
- Conocer en qué ha consistido la evolución de la radio gracias al Internet.
- Impacto que tiene la radio en la sociedad.
- Aprovechamiento de las bondades del Internet en el medio radial.

## **Verónica Gómez**

**Tema a tratar:** “*Redes sociales*”.

Verónica Gómez ha vivido ampliamente la experiencia de hacer radio, diez años en el medio lo respaldan.

Son muchos los cambios en la radiodifusión que ha presenciado esta locutora desde sus inicios hasta la actualidad y con éstos también se ha modificado la forma en la que el público percibe, siente e interactúa con la radio y sus protagonistas gracias al Internet y la revolución que han generado las redes sociales.

Por este motivo, esta ponencia fue dedicada principalmente a la influencia de las redes sociales en la radiodifusión hoy en día.

### **Objetivos:**

- Analizar la relación entre las redes sociales y la radio.
- El impacto que las redes sociales han generado en la difusión y alcance de la radio.
- Contacto entre oyente – locutor a través de las redes sociales.

## **Francisco Granados**

**Tema a tratar:** “*Podcast*”.

Este comunicador social fue seleccionado no sólo debido a su experiencia y crecimiento dentro de la radio, sino por su manejo y constante actualización en cuanto a aplicaciones tecnológicas se refiere. Francisco Granados sabe aprovechar las herramientas que la Web ofrece y para su trabajo como locutor, lo que le permite llevar a la audiencia contenidos actuales, con la mejor calidad de sonido y a través de diferentes vías.

### **Objetivos:**

- Tener una visión general de qué es un podcast.
- Conocer sus aplicaciones, funciones y alcances.

- Bondades que brinda al emisor y al receptor.

## 1.5 Patrocinios y proveedores

### 1.5.1 Modelo de carta de presentación para patrocinantes

**(Ver anexo 2.1)**

### 1.5.2 Modelo de carta de agradecimiento para patrocinantes

**(Ver anexo 9.1)**

### 1.5.3 Base de datos de empresas

<b>POSIBLES EMPRESAS PATROCINANTES</b>			
NOMBRE	CONTACTO	TELÉFONO	E- MAIL
Que Marquesas!	Alvaro Vega	0414-1964869	alvarovega@hotmail.com
Tequechongos	Daniel Ocando	0414- 2757218	docando@tequechongos.com
La Mega	María Virginia Salinas	0414-2733009	mvsalinas@unionradio.com
SinCableTv	José Martínez	0412-7064853	jmartinez@sincable.tv
Remake SMS	Julio Montoya	0414-2341990	Julio.montoya@gmail.com
Grupo 10	Jorge Moriño	0424-2135586	sigloXXI@gmail.com
InkCo Desing	Oscar Sanchez	0414-2228782	odesing@gmail.com
Gorras Carli	Antonio Guillén	0414-2927134	gorrascarli@hotmail.com

<b>EMPRESAS PATROCINANTES FINALES</b>			
NOMBRE	CONTACTO	TELÉFONO	E- MAIL
Tequechongos	Daniel Ocando	0414- 2757218	docando@tequechongos.com
La Mega	María Virginia Salinas	0414-2733009	mvsalinas@unionradio.com
SinCableTv	José Martínez	0412-7064853	jmartinez@sincable.tv
Remake SMS	Julio Montoya	0414-2341990	Julio.montoya@gmail.com
Grupo 10	Jorge Moriño	0424-2135586	sigloXXI@gmail.com

#### 1.5.4 Explicación del tipo de patrocinio que se consiguió para el evento

Una vez establecidos los elementos necesarios y una aproximación de los costos implicados en la realización del evento se realizó la búsqueda de empresas que brindarían los servicios requeridos.

Más que un aporte financiero se buscó conseguir acuerdos de intercambio para cubrir la reproducción del material gráfico, refrigerio, documentación, promoción y colocación de equipos audiovisuales.

Luego de localizar las posibles empresas patrocinadoras se realizó el envío de la propuesta. Una vez captada la atención de los contactos, se llevó a cabo el acuerdo de términos y posterior confirmación. Finalmente, el equipo de patrocinio resultó estar conformado por La Mega 107.3, Sin Cable Tv, Grupo 10, Remake SMS y Tequechongos.

A continuación se detalla el aporte realizado por cada una de las empresas:

**La Mega 107.3:** Promoción del evento a través de “Agenda Universitaria” rotando de 6 a 8 veces al día desde el 7 al 16 de febrero 2012 y colocación del afiche e información del evento en la página web [www.lamegaestacion.com](http://www.lamegaestacion.com).

**Remake SMS:** Dos (2) pantallas LCD de 42”, consola y equipo de sonido.

**Grupo 10:** Siete (7) pendones y dos (2) gigantografías de vinil autoadhesivo.

**Sin Cable Tv:** Documentación del evento y posterior elaboración de un video.

**Tequechongos:** Seiscientos (600) tequeños y ciento cincuenta (150) conos tamaño escolar para su distribución.



### 1.5.5 Logística y planificación

- **Refrigerio:** En el turno de la mañana el público asistente disfrutó de los populares Tequechongos en raciones de cuatro (4) tequeños por persona, acompañado de té frío sabor a limón.

En el turno de la tarde se ofrecieron dos bandejas de brownies y alfajores, acompañado también por té frío sabor a limón.

- **Obsequios:** Se hizo entrega a los ponentes de unas bolsas ecológicas color azul que contenían una taza identificada con el logo del evento y su nombre o apodo, una esponja protectora contra viento para micrófono, plug de ¼, cable de extensión de audífonos y una carta de agradecimiento.
- **Protocolo:** El equipo de protocolo estuvo conformado por siete (7) alumnos de los cursos B y D de segundo año de Comunicación Social. Se asignó un grupo en el turno de la mañana y otro para el turno de la tarde. Llevaron una vestimenta de color negro.
- **Decoración:** Se dispuso un total de veinte (20) metros de mangueras de luces a lo largo de los pasillos laterales del Auditorio. Se colocaron dos (2) pendones, uno con el logo del evento y otro con la dirección de twitter a los lados del escenario y se instaló una pantalla de 42” en la esquina derecha donde los presentes podían ver las menciones y actualizaciones del twitter durante el evento. A lo largo del evento se proyectó el logo animado en la pantalla desplegable del Auditorio dando fondo a los participantes.

En la parte externa del Auditorio se colocaron pendones y se ubicó un backing de 3.40 x 2.60 mts con el logo del evento y el de los patrocinantes. También se instaló una pantalla de 42” donde se

reprodujeron a lo largo de la jornada el logo animado de la Universidad y el del evento.

A lo largo del pasillo se colocaron cuatro (4) gigantografías de vinil autoadhesivo con el logo del evento y la dirección de Twitter.

- **Material POP:** Se hizo entrega a los participantes de carpetas de color azul y negro que contenían el programa del evento, una calcomanía de La Mega 107.3 FM, un cono de Tequechongos, un bolígrafo y la encuesta. **(Anexos 8).**

1.6 Programa del evento.

## **INICIO DEL FORO**

**PONENCIA #1 :** Iván Matta

**HORA:** 9:00 a.m.

**TEMA:** *“Fondo, Forma y Difusión. Un vistazo cauto a la relación radio- Internet”.*

## **BREAK**

**HORA:** 10:00 a.m.

Refrigerio cortesía de TEQUECHONGOS.

**PONENCIA #2:** Luisana Altamiranda.

**HORA:** 10:30 a.m.

**TEMA:** *“Evolución... Del Impreso al 2.0, de Amplitud Modulada al Streaming”.*

## **BREAK DE ALMUERZO**

**HORA:** De 12:00 a 2:00 p.m.

El almuerzo correrá por cuenta de cada participante.

**PONENCIA #3:** Verónica Gómez y Francisco Granados.

**HORA:** 2:00 p.m.

**TEMA:** Redes Sociales y Podcast.

## **BREAK**

**HORA:** De 3:00 a 3:30 p.m.

**SORPRESA:** De 3:30 a 4:30

(La sorpresa consistió en realizar un sorteo para participar en la práctica de radio en vivo junto a Francisco Granados y Verónica Gómez).

### 1.7 Identidad gráfica

El logo del evento wwwRadio está constituido por la silueta de un rostro de perfil acompañado de un micrófono que se acerca a la boca en picado, haciendo alusión del ejercicio de la locución. Ambos elementos están rodeados por un círculo con un contorno de color blanco de donde sobresale una flecha que hace referencia al símbolo de Internet Explorer.

El color predominante es el cian, con variaciones en la iluminación del relleno que van en degrade en forma descendente.

Del lado derecho del círculo se encuentra un texto con el nombre del evento. En la parte superior se encuentran las letras WWW, en la inferior se sitúa la palabra RADIO quedando así entre ambos textos las palabras WORLD WIDE WEB. La parte central de la letra O de RADIO contiene la forma de una onda radial. **(Ver anexo 1.1)**

## 1.8 Presupuesto final

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO Bs.	TOTAL
<b>Material P.O.P</b>			
1. Carpeta	200	2,3	460
2. Bolígrafo	200	1.114	228
<b>Regalos ponentes</b>			
1. Tazas	4	75	300
2. Poper	4	10	40
3. Plug	4	10	40
4. Extensión de audífonos	4	25	100
<b>Producción y escenografía</b>			
1. Alquiler auditorio	1	400/h	3.200
2. Cornetas	2	1.250	2.500
3. Pantallas Plasma	2	600	1.200
4. Luces laterales	20 mts	150 c/5 mts.	600
5. Transporte	1	1.000	1.000
<b>Artes Gráficas</b>			
1. Diseñador	10 horas	150/h	1.500
2. Pendones	7	110 c/mts.	770
3. Posters	25	18	450
4. Calcomanías (lámina)	2	125	250
5. Gigantografías	4	180 c/mts.	900
6. Backing	1	800	800
7. Invitaciones	5	20	100
8. Identificadores	2	18	36
<b>Refrigerio</b>			
1. Stand de Tequechongos	1		3.600
2. Nesteria	2	70	140
3. Brownies	100	24	240
4. Alfajores	100	24	240
5. Vasos	6	17	102
6. Servilletas	1	15	15
<b>Impresos</b>			
1. Encuestas	200	0.562	112
2. Programa del evento	200	0.562	112
3. Encuadernación	3	30	90
		<b>TOTAL</b>	<b>19.125</b>

## 1.9 Comunicación y promoción

### 1.9.1 Base de datos medios

BASE DE DATOS - MEDIOS		
NOMBRE	CONTACTO	TELÉFONO/E-MAIL
Radio UMA	Guillermo Yaber	guilloyaber@gmail.com
Hoy Qué Hay	José Manuel Gonzalez	josema.gonzalez7@gmail.com
La Mega 107.3	María Virginia Salinas	mvsalinas@unionradio.com.ve
Mas Conectados	Michael Martínez	michkomart@gmail.com
Twit Radio Me	Leonardo Fernández	leonardokfp@gmail.com

### 1.9.2 Plan de medios

#### 1.9.2.1 Radio

El evento wwwRadio logró obtener un espacio para su promoción a través de la radio tradicional y la Web.

La difusión del foro se realizó en la Agenda Universitaria de La Mega 107.3 FM con la voz de Alex Goncalves. Esta información se mantuvo rotando de seis (6) a ocho (8) veces por día del 7 al 16 de febrero. **(Ver Anexo 7.1)**

También se realizó una entrevista para la sección “U creativa” del programa “Impulso Creativo” transmitido los días martes y jueves de 11:00 a.m. a 12:00 p.m. mediante de la señal de Radio UMA bajo la conducción de Luis Palmero.

#### 1.9.2.2 Página Web

El masivo alcance del Internet resulta una característica que se ajusta perfectamente a la necesidad de hacer promoción.

La página [www.masconectados.com](http://www.masconectados.com) dedicó un espacio en la sección de actualidad para publicar la información del evento. Lo mismo sucedió con [www.twitradio.me](http://www.twitradio.me) en la sección de noticias y con [www.hoyquehay.net](http://www.hoyquehay.net) en la sección Ojo en la U. **(Ver anexos 7.2)**

### 1.9.2.3 Redes Sociales

Se creó la cuenta @www\_radio en Twitter ya que el auge y la popularidad de esta red era ideal para ampliar las posibilidades de captar la atención del público. Se logró conseguir un total de trescientos ocho (308) seguidores en un mes de promoción.

Facebook fue otra de las herramientas utilizadas mediante la creación de un evento invitacional, opción que permite obtener un estimado de las personas que se muestran interesadas por asistir. También fue colocado el afiche en digital en el álbum fotográfico “Eventos Febrero 2012” de la cuenta de La Mega en esta red social. **(Ver anexos 7.3)**

### 1.9.3 Estrategia promocional

Para captar la atención de los alumnos de la Universidad Monteávila, nuestro target principal, y del público externo, se realizaron las siguientes actividades:

- Colocación de afiches en las carteleras y espacios de la Universidad.
- Recorrido por los salones para extender la invitación a los diferentes cursos personalmente.
- Interacción continua con los seguidores de la cuenta @www\_radio
- Distribución de la nota de prensa del evento vía e-mail a los diferentes cursos de la Universidad y medios Web.
- Colocación del evento en la “Agenda Universitaria” de La Mega 107.3.
- Envío de la invitación del evento a través de Facebook.

## 1.10 Evento

El evento tuvo lugar el jueves 16 de febrero en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila en un horario comprendido entre las 09:00 a.m. y las 04:30 p.m.

Se comenzó con la ponencia de Iván Matta la cual tuvo una duración aproximada de 40 minutos. El ponente habló sobre el fondo, la forma y la difusión en la relación radio – Internet. Al término de la misma, se dio lugar al primer receso del día, donde se contó con la participación y refrigerio de Tequechongos.

Acto seguido, Luisana Altamiranda habló al público sobre la historia de la radio venezolana y cómo esta ha ido evolucionando de la Amplitud Modulada al Streaming. Al finalizar esta ponencia, se dio un receso de dos (2) horas para el almuerzo.

A las 2:00 p.m. se abrieron nuevamente las puertas del Auditorio para dar paso a las ponencias de Verónica Gómez y Francisco Granados, quienes ofrecieron información acerca de temas como Redes Sociales y “Podcast” respectivamente.

Al terminar la última charla del día, se llevó a cabo un sorteo donde los presentes optaron por la posibilidad de participar en una práctica de radio que se realizó en vivo en el Auditorio junto a los últimos ponentes del día. El sorteo se realizó únicamente con los participantes presentes en el Auditorio, de los cuales se eligieron dos (2) ganadores. Para la selección se colocaron tickets con el logo del evento debajo de determinadas sillas, de manera que los participantes fueran elegidos al azar.

Antes de comenzar la práctica, se ofreció un tercer receso de 15 minutos donde el público pudo disfrutar de brownies y alfajores.

La práctica fue una sorpresa para los participantes, creando así un ambiente de expectativa durante el cierre del evento. El programa tuvo una duración de 30 minutos y fue transmitido por Radio UMA y Barloventoardiente.com, actividad que sirvió para ejemplificar la temática central del evento (radio por Internet).

Esta práctica en vivo fue pre-producida por las realizadoras del evento, a fin de llevar una mayor organización a la hora de su ejecución. Además, fue acordado previamente con los locutores invitados.

La parte logística estuvo a cargo de un grupo de siete (7) alumnos de segundo año de la carrera de Comunicación Social quienes fueron divididos en los dos turnos de la jornada para recibir y atender al público asistente.

Como material P.O.P se entregó a los presentes una carpeta identificada con el logo del evento que contenía un bolígrafo, el programa de ponencias, una calcomanía de La Mega 107.3 FM, un cono armable de Tequechongos y la encuesta que fue utilizada como instrumento de medición. **(Ver anexo 8.4)**

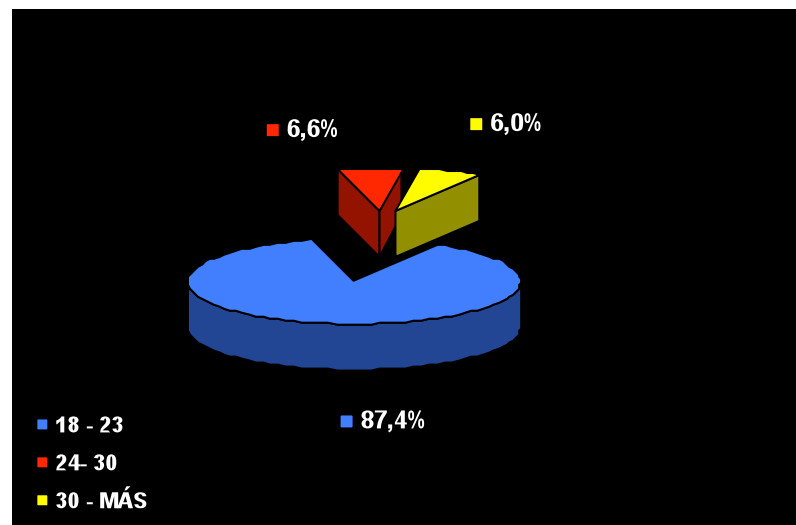


## 1.11 Post-evento

### 1.11.1 Análisis de resultados

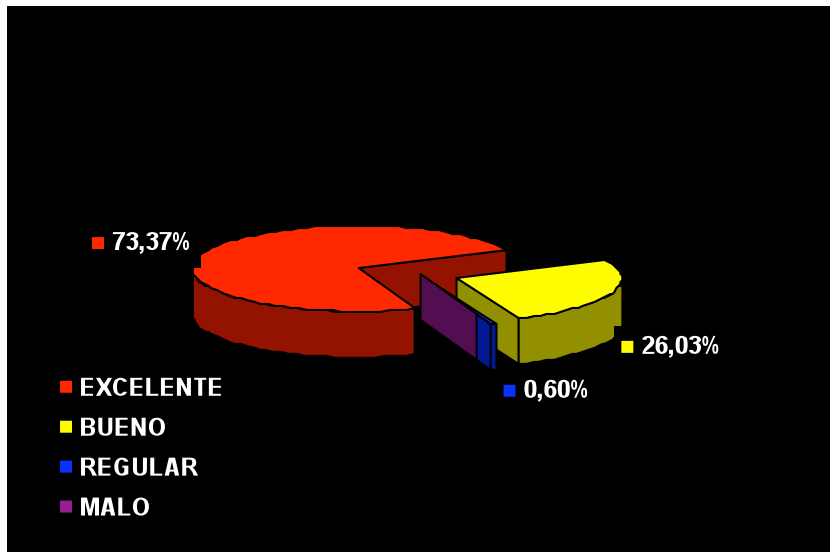
Para la medición y evaluación del evento se utilizó el instrumento de encuestas, las cuales fueron aplicadas a una muestra conformada por 150 personas de la población total asistente. Las preguntas estaban incluidas en la carpeta que se entregó como material POP en la entrada del foro.

#### 1. Edad



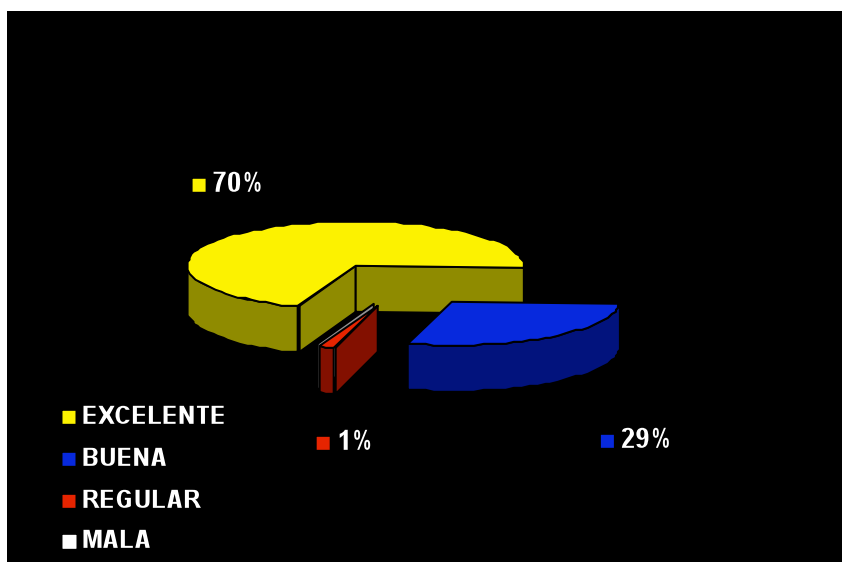
Del 100%, la media de edad predominante fue entre 18 y 23 años con un 87,4% de la totalidad del público, cumpliendo con las expectativas del target meta. Por otro lado, se contó también con la presencia de personas de 24 años en adelante, siendo estos una minoría.

## 2. ¿Cómo calificarías el evento?



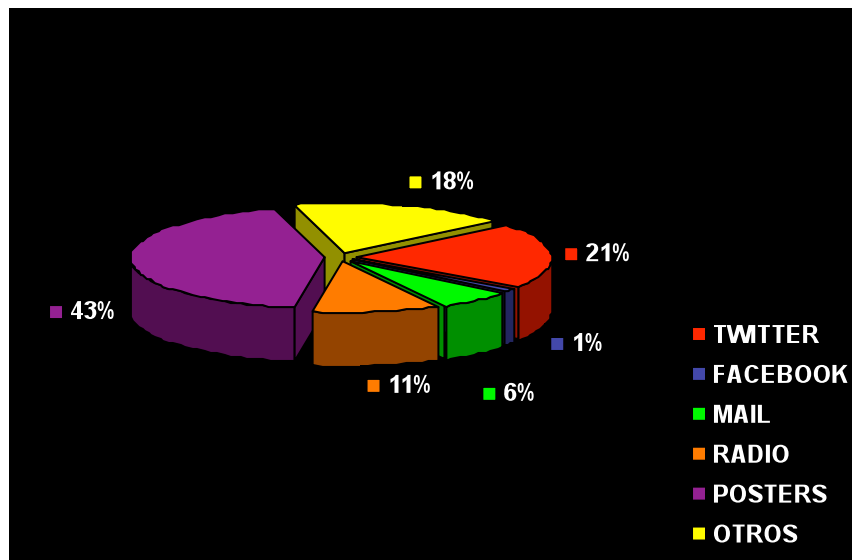
La mayoría de la muestra calificó el evento con el ranking de excelencia tomando un porcentaje de 73,37% del total de la población. El 26% restante consideró que fue bueno, y menos del 1% decidió que el evento fue regular. Esto demuestra que la audiencia quedó satisfecha con la ejecución del evento.

## 3. ¿Qué te pareció la selección de ponentes para este foro?



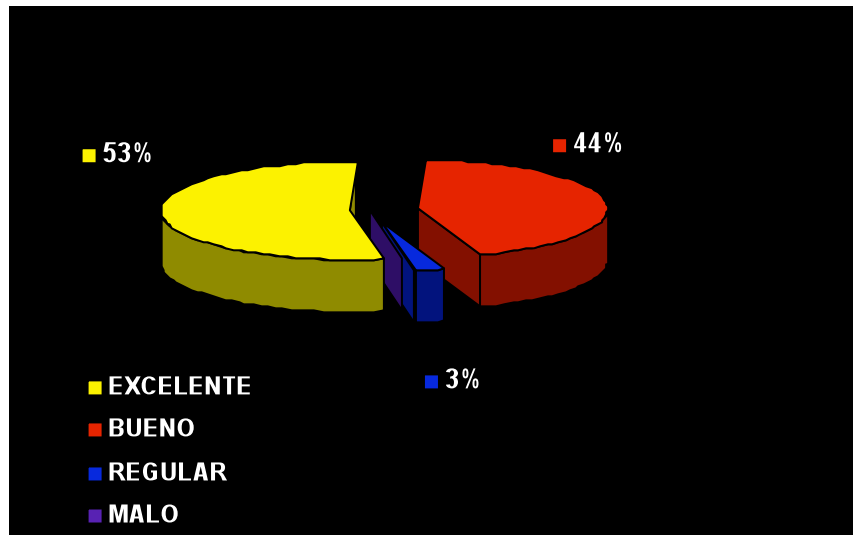
La selección de ponentes fue satisfactoria para el público y cubrió sus expectativas de información, llegando al 70% de excelencia en el tema. El otro 29% la calificó como buena, teniendo así la aprobación de casi el 100% de la muestra total.

#### 4. ¿Cómo te enteraste de la realización del evento?



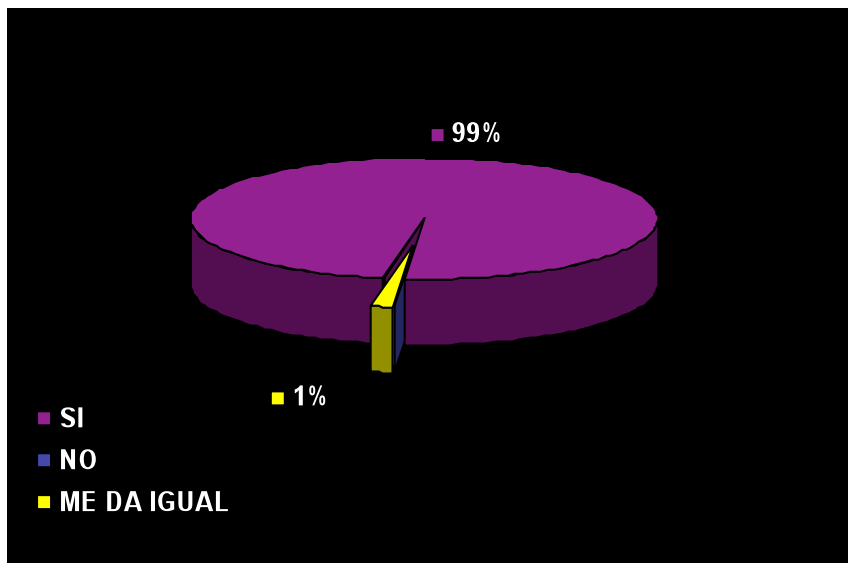
Se comprobó que todos los medios utilizados para la difusión del evento cumplieron con su labor de hacer promoción ubicando los pósters que se publicaron dentro de las instalaciones de la Universidad Monteávila como los de mayor impacto en el público con un 43%. Por su parte, el segundo de mayor alcance fue el perfil de Twitter con un 21% de aceptación, llegando incluso a tener más de 300 seguidores.

5. ¿Qué te parece el paquete gráfico del evento?



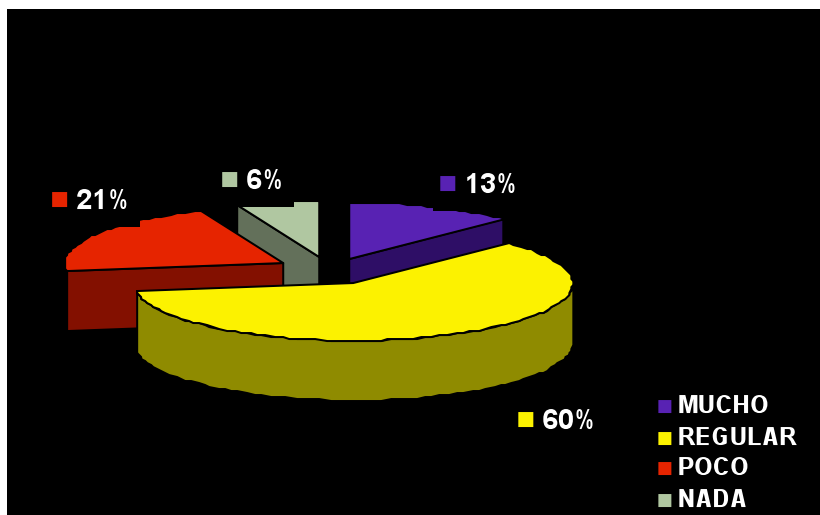
En la entrada del Auditorio se entregó una carpeta que incluía: la encuesta, un organigrama del evento, una calcomanía de La Mega, un cono de Tequechongos para solicitar los tequeños en el break y un bolígrafo. La mayoría del público consideró que el paquete fue excelente con un 53%, un 44% de la muestra dijo que fue bueno y sólo un 3% consideró que estuvo regular.

6. ¿Te gustaría que se repitiera un evento como este?



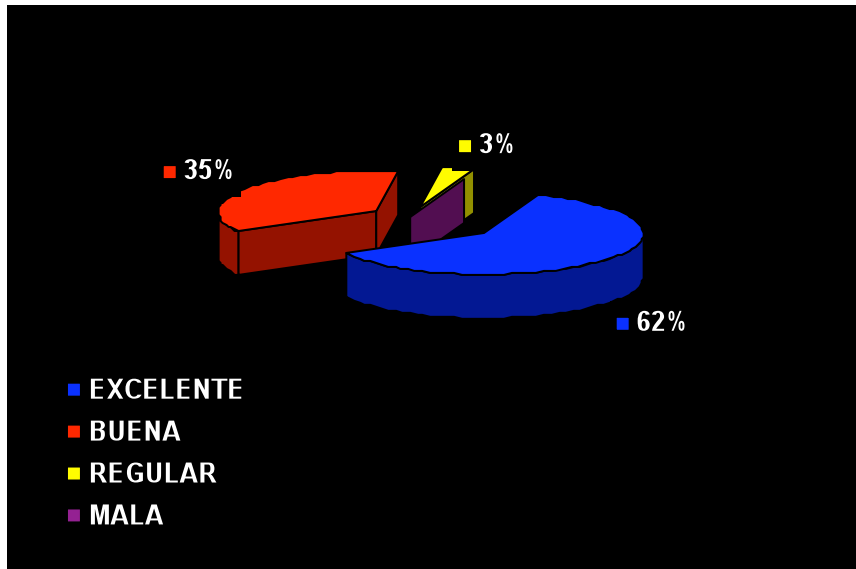
El 99% de la población quisiera que se hicieran más eventos de este estilo. Sólo el 1% considera que le da igual si se hacen o no.

7. ¿Manejabas información acerca del tema tratado en el foro anteriormente?



Comprobando la justificación de este proyecto, el 60% de la población total conocía regularmente el tema principal del foro. Sólo el 13% lo conocía a profundidad.

8. ¿Cómo evaluarías la organización del evento?



El 62% de la población califica con excelencia la organización del evento, un 35% la califica como buena y el 3% restante como regular.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### **Conclusión**

La ejecución del evento wwwRadio “La influencia del Internet en la radio venezolana” se llevó a cabo satisfactoriamente. La pre-producción realizada con un período de anterioridad permitió que se cubrieran todos los puntos requeridos.

La gran asistencia obtenida el día convocado, aunado a los resultados generados a través del instrumento de medición aplicado, deja en evidencia factores determinantes al momento de confirmar la consolidación de los objetivos planteados.

Dentro de los factores más resaltantes podemos destacar:

- La campaña publicitaria realizada logró generar, e incluso superar, la expectativa de convocatoria en el público meta.
- Se conformó un grupo de empresas patrocinantes que cubrieran las diferentes áreas para el desarrollo del evento.
- Se estableció una logística que permitió llevar a cabo la organización del evento según la previa planificación.
- Las expectativas del público en cuanto a la selección de los ponentes y el contenido emitido por los mismos fueron cumplidas.
- La práctica de radio en vivo estipulada para el cierre del evento fue llevada a cabo exitosamente con la participación de dos (2) miembros de la audiencia seleccionados a través de la dinámica de sorteo.
- El tiempo de duración de la práctica cumplió con lo establecido y fue transmitido a través de la señal de Radio UMA el día Jueves 08 de marzo de 2012, con repetición el Sábado 10 de marzo de 2010, ambos a las 2:00 p.m.

## Recomendaciones

Para la óptima realización de futuros eventos es prudente tomar en cuenta lo siguiente:

- La planificación de cada detalle del evento debe ser realizada con suficiente tiempo de antelación y siguiendo un organigrama que ayude a estructurar cada una de las diferentes etapas.
- Se debe seleccionar y confirmar con anterioridad tanto a las empresas que prestarán apoyo al proyecto como a los participantes para garantizar su asistencia el día del evento.
- Todos los equipos técnicos y material audiovisual que vaya a ser utilizado debe ser probado con anterioridad para asegurar su perfecto funcionamiento durante el evento.
- La campaña publicitaria debe ser ejecutada al menos un mes antes del día del evento, con el fin de atraer a la mayor audiencia posible.
- Es obligatorio utilizar un instrumento de medición que permita realizar un sondeo de la percepción que tuvo la audiencia del trabajo ejecutado.



## BIBLIOGRAFÍA

- Anónimo. (2011). *Historia de la radio*. [2011/12/15]. En línea, <http://www.cienciafacil.com/paghistoriaradio.html>.
- Briggs, A y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet*. Madrid: Taurus.
- Costas, A. (2011). *Las 5 claves principales para organizar un evento con éxito*. [2012/01/20]. En línea, <http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=78>.
- Gaviria, Y. (2010). *VENEZUELA: La Radio en el tiempo*. [2011/12/15]. En línea, <http://historiadelaradioenvenezuela.blogspot.com/2010/06/venezuela-la-radio-en-el-tiempo.html>.
- Guevara, T y García, V. (2007). *Diseño, ejecución y análisis del evento "M-pleo 2007" Universidad Monteávila*. Caracas, Universidad Monteávila.
- La Guía de Venezuela. (2012). *Internet en Venezuela*. [2011/12/16]. En línea, <http://www.guia.com.ve/internet/#top>.
- Lozada, J. (2009). *Influencia de Internet en los medios de comunicación*. [2011/12/16]. En línea, <http://www.vidadigitalradio.com/influencia-internet-medios/>.

- Lucas, A. (2000). *La nueva sociedad de la información*. Madrid: Trotta.
- Mahugo, S. (S/F). *Internet: la radio que se ve*. [2011/12/16]. En línea, <http://egaleradas.blogspot.com/2005/07/internet-la-radio-que-se-se-ve.html>.
- Montoya, B y Piña, L. (2007). *Diseño de un evento para concientizar a los jóvenes de la Universidad Monteávila sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas, apoyado en la campaña adelantada por la cámara de la industria venezolana de especies alcohólicas*. Caracas, Universidad Monteávila.
- Palin, T. (2008). *¿Qué es un evento?* [2012/01/20]. En línea, <http://piscisproducciones.wordpress.com/category/que-es-un-evento/>
- Revista Investigación y Ciencia. (1979). *Conmutación de Paquetes*. [2011/12/17]. En línea, [http://www.investigacionyciencia.es/03004436000031/Comunicaci%C3%B3n\\_por\\_paquetes.htm](http://www.investigacionyciencia.es/03004436000031/Comunicaci%C3%B3n_por_paquetes.htm).
- Rodero, E. (2005). *Producción Radiofónica*. Madrid: Cátedra.
- Sumano, R. (S/F). *Curso de introducción de Internet*. [2011/12/16]. En línea, [http://www.ithinkweb.com.mx/capacita/internet%20power/internet-basico\\_archivos/frame.htm](http://www.ithinkweb.com.mx/capacita/internet%20power/internet-basico_archivos/frame.htm).
- Varios. (2010). *A la velocidad de un Tweet*. Caracas, Universidad Monteávila.

## ANEXOS

### 1. LOGOS

wwwRadio



Logos de los patrocinantes



## 2. MODELO DE CARTAS DE INVITACIÓN

### 2.1 Carta para patrocinantes



Caracas, noviembre de 2011

Señores;

**XXX**

Atención,

**XXX**

Antes que nada, un cordial saludo,

La presente cumple con la finalidad de solicitar ante su empresa, la participación como patrocinante para el desarrollo del evento “*www.Radio “La influencia del Internet en la Radio venezolana”* que realizaremos como Proyecto Final de Carrera en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Monteávila. Dicho evento tendrá lugar el día jueves 16 de Febrero de 2012 en el auditorio principal de la Universidad que posee una capacidad de 120 personas.

El mismo contará con la presentación de tres (3) ponencias, las cuales serán dictadas por locutores nacionales como lo son: **Iván Matta** (La Mega 107.3 – “*A la cuenta de 3*”), **Francisco Granados** (La Mega 107.3 – “*2 horas de Música Mega*”), **Verónica Gómez** (La Mega 107.3 – “*Apaga La Tele*”) y **Luisana Altamiranda** (Hot 94 – “*Piedra, papel o tijera*”). Equipo con el que buscamos captar la atención del target universitario que oscila entre los dieciocho (18) y veintitrés (23) años.

Nuestra solicitud consiste en:

- Distribución del producto a lo largo de la jornada (de 9:00 am a 4:30 pm).
- Cupones de obsequio que puedan ser rifados para adquirir el producto en cualquiera de los puntos de venta.

Las marcas que conformen el equipo de patrocinio del evento “wwwRADIO” contarán con:

- Presencia de logo en la campaña publicitaria (Video, posters, pendones)
- Presencia de logo en los visuales durante el evento.
- Menciones en Twitter.
- Menciones en el programa especial transmitido por Radio Uma (Radio oficial de la Universidad Monteávila)

Nos gustaría contar con el apoyo de su empresa para poder llevar a cabo el evento con el mayor éxito posible.

Muchísimas gracias de antemano

Atte.

Katherina Dameá y Katherine Carrillo

## 2.2 Carta para participantes



Caracas, noviembre de 2011

Atención

**XXX**

Antes que nada un cordial saludo,

La presente cumple con la finalidad de solicitar su participación como ponente para el desarrollo del evento que realizaremos como Proyecto Final de Carrera del 5to año de Comunicación Social de la Universidad Monteavila, llamado wwwRADIO, el cual tendrá lugar el día jueves 16 de Febrero de 2012.

Su ponencia formará parte de las tres (3) charlas que se llevarán a cabo durante la jornada, donde el tema principal será la influencia y beneficio que aporta el Internet a la Radio en nuestro país.

Se aspira que cada charla tenga una duración aproximada de una (1) hora, tiempo con el que contará para hacer una exposición completa sobre el tema. Y las mismas harán alusión a un programa de radio en vivo, es decir, se contará con cortinas de fondo, aplausos, pantallas donde estará abierto el Twitter, entre otros.

Nos gustaría contar con su presencia para poder llevar a cabo el evento con el mayor éxito posible.

Muchas gracias de antemano.

Atte.

Katherina Dameá

Katherine Carrillo

### **3. GUIÓN DE LOCUCIÓN PARA EL EVENTO (Grabado previamente por Luis Palmero)**

#### **BIENVENIDA:**

Bienvenidos sean todos al foro wwwRadio “La Influencia del Internet en la radio venezolana” tomen asiento y preparen sus neuronas para administrar información.

#### **PONENCIA IVÁN MATTA**

##### **- Introducción:**

Denle la bienvenida a nuestro primer ponente, un aplauso para Iván Matta.

##### **- Después de la ponencia:**

¡Esto apenas comienza! Después de este break no se pierdan la ponencia de Luisana Altamiranda. Armen sus conos y disfruten los tequeños cortesía de Tequechongos.

##### **- Luego del break**

¿Que buenos tequechongos no? Retomen sus asientos y prepárense a escuchar lo que Luisana Altamiranda tiene que decir.

#### **PONENCIA LUISANA**

##### **- Introducción:**

Atentos que llega nuestra segunda ponente, un aplauso para Luisana Altamiranda.

##### **- Después de la ponencia:**

¿Quieren seguirle la pista a Luisana? Siganla en @LuAltamiranda.

Llegó la hora de almorzar pero recuerden que a las 2pm regresamos con la ponencia de Verónica Gómez y Francisco Granados y si les gustan las sorpresas NO deberían perderselo. BUEN PROVECHO.

##### **- Luego del lunch break:**

Bienvenidos nuevamente. Pónganse cómodos y prepárense para la siguiente ponencia que viene por partida doble con Verónica Gómez y Francisco Granados.

## **PONENCIA VERO-OSO**

### **- Introducción:**

Ha llegado el momento de recibir a Verónica Gómez y Francisco Granados. ¡Ya saben qué hacer! (Aplaudan)

### **- Después de la ponencia:**

¿Están listos para conocer cuál es la sorpresa? Entonces no se paren de sus asientos.

## **EN CASO QUE HAYA ALGUN RETRASO ENTRE PONENCIAS**

Lo bueno se hace esperar. En pocos minutos comenzamos.

### **PATROCINIO:**

Este evento es patrocinado por: La Mega, Tequechongos, Remake SMS, Grupo 10 y SinCableTV.

### **TWITTER:**

Síguenos en @www\_Radio y haz tus comentarios, preguntas o acotaciones. Te estaremos leyendo.



## **4. CURRICULOS PONENTES**

### **4.1 Iván Matta**

Iván José Matta nació en Caracas el 6 de febrero de 1981.

Realizó sus estudios en el colegio La Salle La Colina donde obtuvo con éxito el título de bachiller para luego ingresar a la Universidad Católica Andres Bello donde cursó la carrera de Comunicación Social.

Ha tenido la oportunidad de desempeñar diferentes cargos dentro de la radio como son el de asistente de producción, productor, guionista y locutor. Ha sido ancla de programas como “Esto está mundial” y “El mal hermano”. Actualmente conduce el programa “A la cuenta de tres” junto a Henrique Lazo y Michelle Dernasissian de lunes a viernes y “El espacio sin nombre” los días domingo, ambos a través de la señal de La Mega 107.3.

También ha sido animador en shows de televisión como “El Cable”, “El Mal Hermano” e “Iván VS El Show”.

### **4.2 Luisana Altamiranda**

Luisana Altamiranda nació 4 de octubre de 1988 en Maracay, estado Aragua. En tierra natal cursó la educación básica y posteriormente obtuvo su título de bachiller en el Colégio El Angel de Caracas.

Es egresada de la Universidad Monteávila donde estudió la carrera de Comunicación Social. Luego de consolidarse como Licenciada, realizó un diplomado en la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL).

Fue productora del Circuito Éxitos (Unión Radio) para los programas de:

- Dirección IP (Iván Loscher y Paula Quinteros)
- Carla Angola
- César Miguel Rondón

Es locutora de Hot 94 en el programa “Piedra, Papel o Tijera” y también ha incursionado en la web a través de RadioUMA, emisora oficial de la

Universidad Monteávila. Institución donde además se desempeña como profesora de la cátedra de redacción y estilo.

### **4.3 Verónica Gómez**

Nació en Maracaibo el 22 de Enero de 1983. Estudió en el Instituto Andes de Caracas y cursó la Educación Superior en la carrera de Comunicación Social dentro de las aulas de la Universidad Santa María.

Se desempeña como locutora en el circuito Unión Radio desde hace diez (10) años y actualmente conduce, junto a Alex Goncalves, el espacio “Apaga La Tele” de lunes a viernes de 11:00 a.m. a 1:00 p.m.

En sus inicios se desempeñó como productora del programa “A Salvo” con Luis Chataing y Miguel Arias y de “Ni Lo Tuyo ni Lo Mío” conducido por Luis Chataing y Erika de La Vega.

También ha sido conductora de programas radiales como: El Ferrari de La Mega junto a Ivan Matta, Zona Escolar junto a Alejandro León y Rock en Ñ. Actualmente se consolida como la voz oficial del circuito Mega a nivel nacional.

Es Web host del programa musical "El Picó" transmitido por Sin Cable Tv, el primer canal de televisión por Internet de Venezuela. De igual manera ha sido animadora de eventos musicales como Ni Tan Nuevas Bandas, Unión Rock Show, What Tha Fest, entre otros.

Ha trabajado con marcas como: Movilnet, Coca Cola, Malta Regional, Diablitos, Something Special, Disney, Gatorade, Nike, Ford, E! Entertainment.

### **4.4 Francisco Granados**

Francisco Granados nació el 8 de febrero de 1983 en la ciudad de Caracas.

Cursó sus estudios de básica y diversificado en el Colegio El Placer, donde obtuvo el título de bachiller en ciencias. Posteriormente, ingresó a la

Universidad Santa María donde se educó en la carrera de Comunicación Social, egresando como Licenciado mención audiovisual en la promoción del año 2007.

Bajo el certificado de locución número 36014 se ha desenvuelto en programas de radio como:

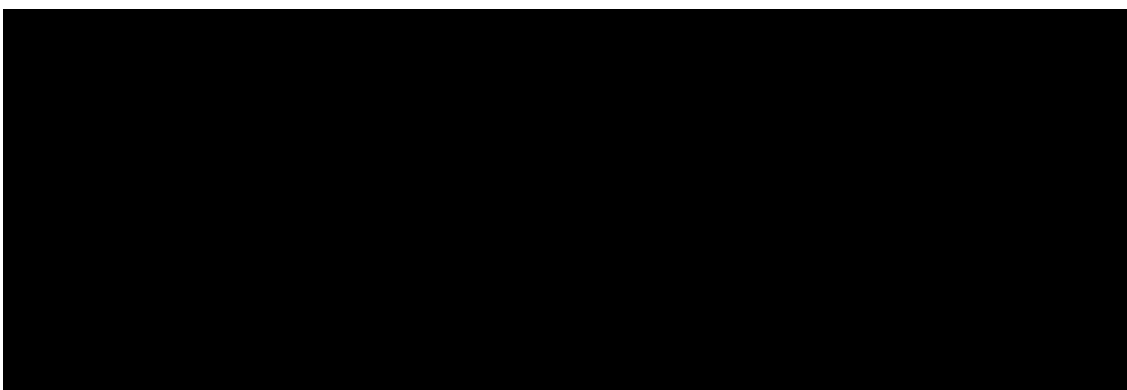
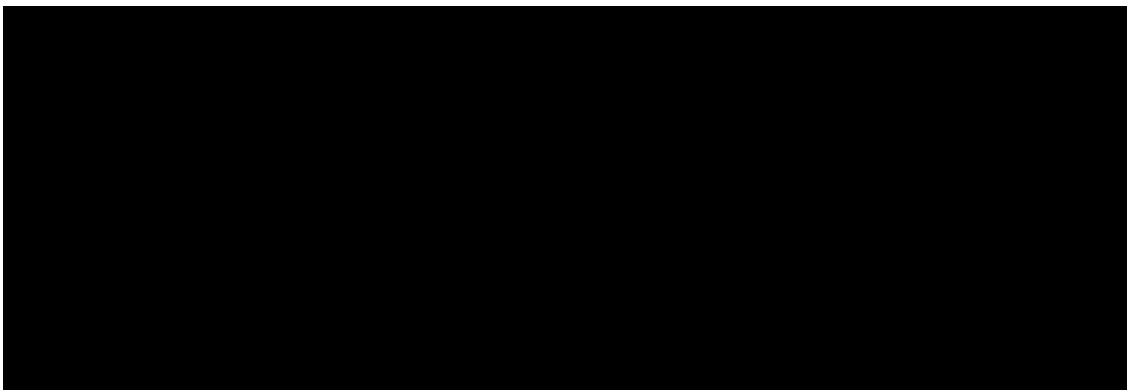
- *Lo que sea, Donde sea* - **La Mega 107.3**
- *Los Jackson 2* - **La Mega 107.3**
- *Móviles del Ferrari de La Mega* - **La Mega 107.3**
- *El Cabaret y La Caimanera (Producción)* - **La Mega 107.3**

Ha realizado locuciones para marcas como Doritos, McDonald's, AXE, Gillete, Duo, Sundown de Johnson & Johnson, Nike, Brahma, Nестea Ice, Samba, Full Pizza y Nokia, entre otras.

Asimismo, ha tenido experiencia en la conducción de programas de televisión y como columnista en el área editorial y en la web a través de su blog [www.franciscogranados.blogspot.com](http://www.franciscogranados.blogspot.com).

## 5. INVITACIONES VIP (Entregadas a: Jois Ochea, Elisa Larrazabal, María Daniela Matheus, Joaquín Rodríguez y Vice-rectorado Administrativo)

### 5.1 Diseño de las invitaciones



### 5.2 Fotos de invitaciones impresas



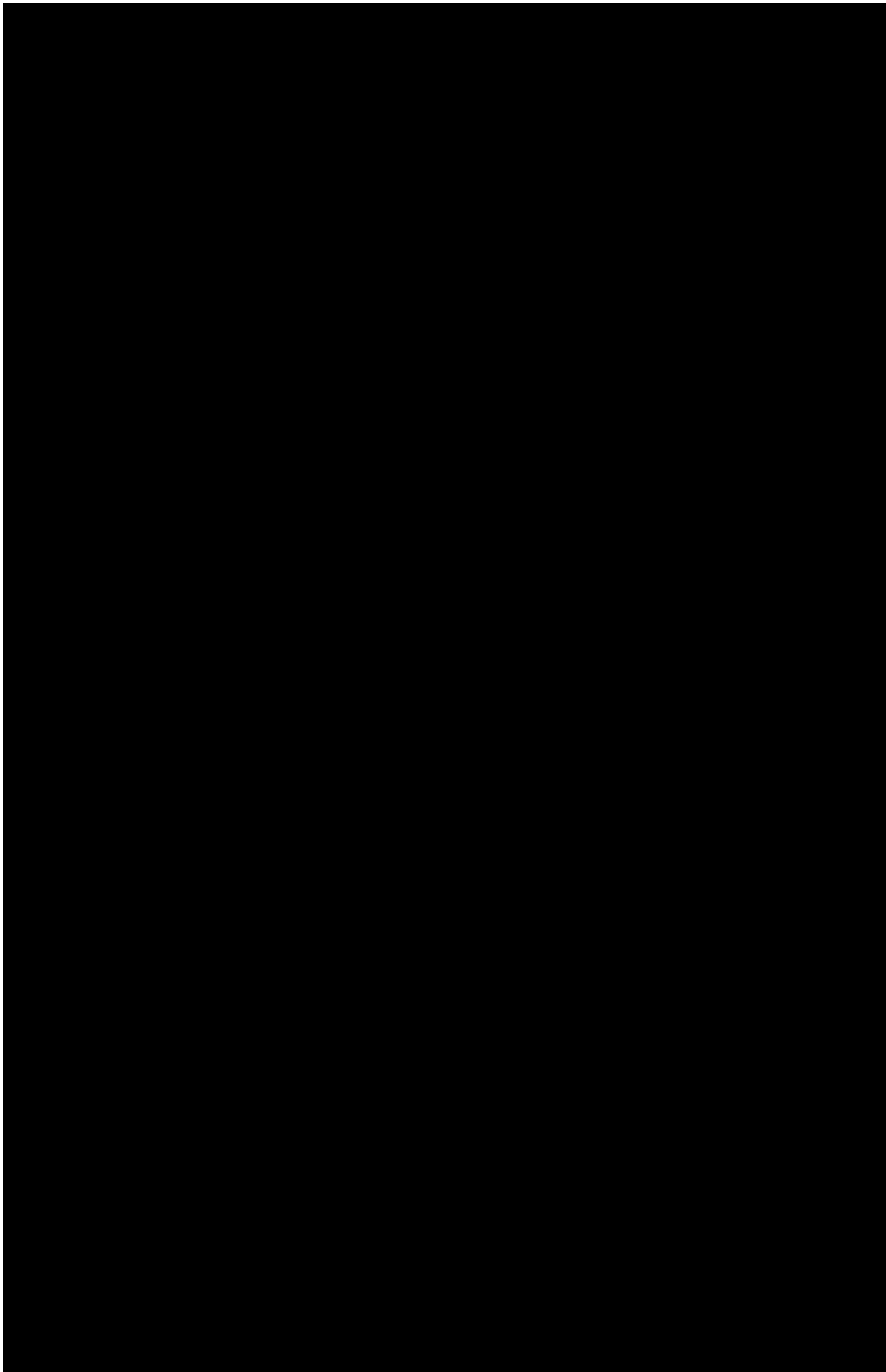
## 6. ARTES GRÁFICOS PARA PUBLICIDAD

### 6.1 Pendones





## 6.2 Diseño de póster colocado en las carteleras de la Universidad Monteávila



### 6.3 Calcomanías





## 6.4 Identificadores

### 6.4.1 Ponentes



## 6.4.2 Protocolo

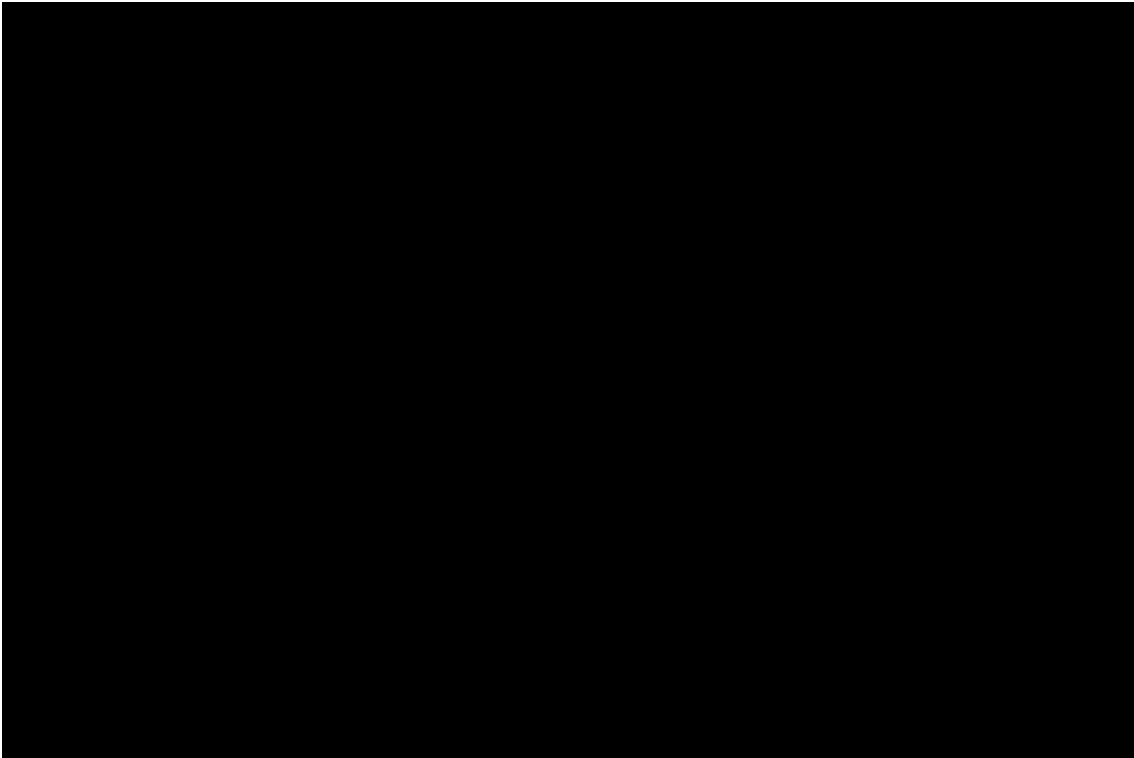


## 6.4.3 Organizadores



## 6.5 Backing

### 6.5.1 Diseño del backing



### 6.5.2 Fotos del backing



## **7. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

### **7.1 Radio: La Mega 107.3 FM (Texto grabado para “Agenda Universitaria”)**

COLOCAR EN P037 Y P038

(VOZ: ALEX GONCALVES)

AGENDA UNIVERSITARIA

ENTRA: 07-02-12

SALE: 16-02-12

JUEVES 16 DE FEBRERO

FORO INFLUENCIA DE INTERNET EN LA RADIO VENEZOLANA

INVITADOS ESPECIALES IVÁN MATTA, FRANCISCO GRANADOS, VERÓNICA GÓMEZ Y LUISANA ALTAMIRANDA.

A PARTIR DE LAS 9 DE LA MAÑANA

AUDITORIO PRINCIPAL UNIVERSIDAD MONTEAVILA

ENTRADA LIBRE

MAS INFO ESCRIBE A @WWW\_RADIO

## 7.2 Página web

### 7.2.1 www.masconectados.com



### 7.2.2 www.twitradio.me



## 7.3 Redes Sociales

### 7.3.1 Evento invitacional en Factbook



### 7.3.2 Álbum de eventos universitarios (Facebook de La Mega)

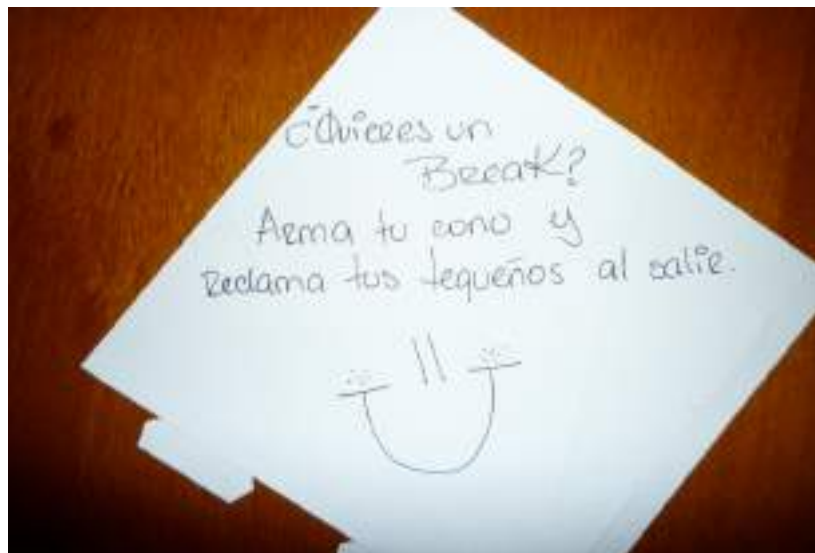
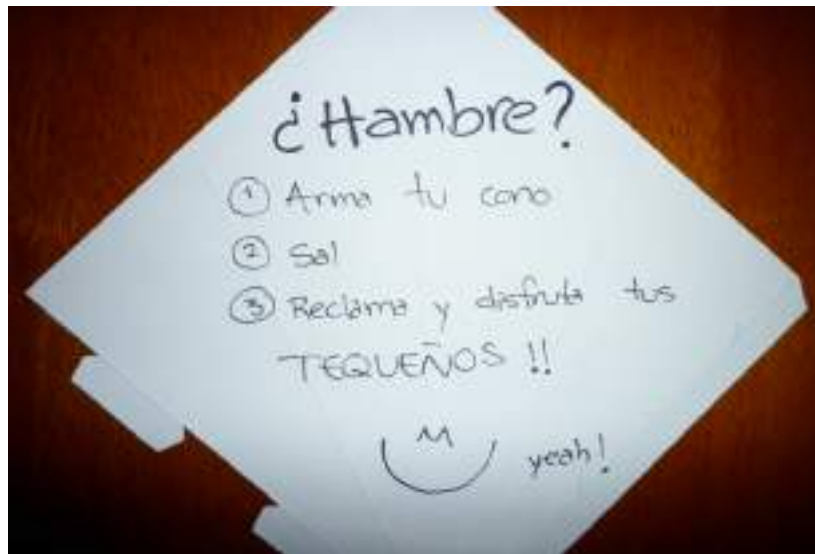


## 8. MATERIAL P.O.P

### 8.1 Carpetas entregadas al público



## 8.2 Conos de Tequechongos para armar





### 8.3 Programa del evento

#### PROGRAMA

##### **INICIO DEL FORO**

**PONENCIA #1** : Iván Matta

**HORA:** 9:00 a.m.

**TEMA:** *“Fondo, Forma y Difusión. Un vistazo cauto a la relación radio-Internet”.*

##### **BREAK**

**HORA:** 10:00 a.m.

Refrigerio cortesía de TEQUECHONGOS.

**PONENCIA #2:** Luisana Altamiranda.

**HORA:** 10:30 a.m.

**TEMA:** *“Evolución... Del Impreso al 2.0, de Amplitud Modulada al Streaming”.*

##### **BREAK DE ALMUERZO**

**HORA:** De 12:00 a 2:00 p.m.

El almuerzo correrá por cuenta de cada participante.

**PONENCIA #3:** Verónica Gómez y Francisco Granados.

**HORA:** 2:00 p.m.

**TEMA:** Redes Sociales y Podcast.

##### **BREAK**

**HORA:** De 3:00 a 3:30 p.m.

**Al finalizar el break estaremos realizando una SORPRESA para los participantes.**

## 8.4 Encuesta

### ENCUESTA

Marque con una X la respuesta de su preferencia. Solo debe seleccionar una opción.

1) Edad

18 – 23 \_\_\_      24 – 30 \_\_\_      30 o más \_\_\_

2) ¿Cómo calificarías el evento?

EXCELENTE \_\_\_ BUENO \_\_\_ REGULAR \_\_\_ MALO \_\_\_

3) ¿Qué te pareció la selección de ponentes para este foro?

EXCELENTE \_\_\_ BUENO \_\_\_ REGULAR \_\_\_ MALA \_\_\_

4) ¿Cómo te enteraste de la realización del evento?

TWITTER\_\_\_ FACEBOOK\_\_\_ MAIL\_\_\_ RADIO\_\_\_ POSTER\_\_\_ OTROS\_\_\_

5) ¿Qué te parece el paquete gráfico del evento?

EXCELENTE \_\_\_ BUENO \_\_\_ REGULAR \_\_\_ MALO \_\_\_

6) ¿Te gustaría que se repitiera un evento como este?

SI \_\_\_ NO \_\_\_ ME DA IGUAL \_\_\_

7) ¿Manejabas información acerca del tema tratado en el foro anteriormente?

MUCHO\_\_\_ REGULAR\_\_\_ POCO\_\_\_ NADA\_\_\_

8) ¿Cómo evaluarías la organización del evento?

EXCELENTE \_\_\_ BUENO \_\_\_ REGULAR \_\_\_ MALO \_\_\_

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## 9. MODELO DE CARTAS DE AGRADECIMIENTO

### 9.1 Carta para patrocinantes



Caracas, febrero de 2012

Atención  
**XXX**

Queremos darle nuestro más sincero agradecimiento por su colaboración en la realización del foro wwwRadio *“La expansión de la onda a través de la Web”* en la Universidad Monteávila.

Este evento tiene un gran valor para nosotras como estudiantes ya que representa, en gran medida, el culmen de nuestra carrera con la cual nos consolidaremos finalmente como comunicadoras sociales.

Esperamos hayan quedado satisfechos con el acuerdo y manejo de la relación de patrocinio tanto como nosotras con el resultado final que tuvo lugar gracias a la disposición de una serie de elementos dentro de los cuáles su empresa tuvo lugar.

Muy atentamente,

Katherine Carrillo y Katherine Dameá

## 9.2 Cartas para participantes



Caracas, febrero de 2012

Atención

**XXX**

Queremos darle nuestro más sincero agradecimiento por su participación en la realización del foro wwwRadio *“La expansión de la onda a través de la Web”* en la Universidad Monteávila.

Este evento tiene un gran valor para nosotras como estudiantes ya que representa, en gran medida, el culmen de nuestra carrera con la cual nos consolidaremos finalmente como comunicadoras sociales.

Esperamos hayan disfrutado de la experiencia tanto como disfrutó la audiencia de poder contar con su presencia y con la información que les proporcionaron basados en su profesionalismo y desempeño en el medio.

Muy atentamente,

Katherine Carrillo y Katherine Dameá

## 10. FOTOS





## **11. GUIÓN PARA LA PRÁCTICA DE RADIO EN VIVO**

### **10 razones por las que trabajar en la radio es lo mejor.**

- No hay que maquillarse.
- No importa si repites ropa.
- Puedes ser feo pero igual tener trabajo en el medio por tener una voz atractiva y sexy.
- Puedes trasnocharte y nadie lo notará a menos que lo hagas evidente con tu animo o tono de voz.
- Puedes transmitir aun si estas de viaje (cosa que puede ser contraproducente).
- Tienes la oportunidad de buscar información si hay un tema que no conoces muy bien y así no pasas por ignorante.
- Puedes ir en pijama si quieres y nadie tiene porque enterarse.
- Las muecas y burlas están permitidas, no hay una cámara grabándote.
- Puedes cubrir el atraso de tu compañero sin afectar el desarrollo del programa.
- Puedes ser el acompañante perfecto para aquel que te está escuchando, sin importar lo que esté haciendo.

### **Pauta Musical - wwwRadio**

We found love – Rihanna

Gatos oliva - Rawayana

Rolling in the Deep (Tiesto Remix) – Adele

## 11.1 Texto de presentación y despedida del programa de radio en vivo

### Presentación

Esta es una reposición de la práctica en vivo realizada el pasado jueves 16 de febrero en el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila, en el evento wwwRadio “La expansión de la onda a través de la web”. Con la participación especial de Verónica Gómez y Francisco Granados junto a las alumnas Helena Mirabal y Anabel Salgueiro.

¡Esto es wwwRadio “La expansión de la onda a través de la web”!

### Patrocinado por:

- TEQUECHONGOS
- REMAKE SMS
- GRUPO 10
- SINCABLE.TV
- LA MEGA 107.3

### Despedida

Esto fue wwwRadio “La expansión de la onda a través de la web”, desde el Auditorio Principal de la Universidad Monteávila. Con la participación especial de Verónica Gómez y Francisco Granados y de las alumnas Anabel Salgueiro y Helena Mirabal.



## **11.2 CD grabado con práctica de radio en vivo**