

REDEFINICIÓN DE LA RADIO UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL

ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
BUCARAMANGA
2012**

REDEFINICIÓN DE LA RADIO UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL

ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO

**Informe de Investigación para optar
por el título de Magíster en Pedagogía**

PhD. LUZ ESTELLA GIRALDO LÓPEZ

Directora

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA

BUCARAMANGA

2012

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no habría sido posible sin el apoyo de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga y su Facultad de Comunicación Social – Periodismo.

Especial agradecimiento también a los jóvenes integrantes del Semillero de investigación radiofónica Equinoccio de la UPB Bucaramanga. A las profesoras Olga Beatriz Rueda Barrios y Lina María Alvarado.

Agradecimientos sinceros a los doctores Luz Estella Giraldo, Directora de esta tesis y Armando Zambrano, profesor de la Maestría en Pedagogía, por sus valiosos aportes a este proyecto.

Finalmente, agradecimientos especiales a Yurany Mendoza, compañera de maestría, a mi hermana Yenis Álvarez Orozco y a mis padres Alfredo Álvarez Moreno y Rosalba Orozco de Álvarez: Gracias por su apoyo incondicional de siempre.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1 ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.2 JUSTIFICACIÓN	26
1.3 OBJETIVOS	28
1.3.1 General	28
1.3.2 Específicos	28
2. MARCO TEÓRICO	30
2.1 ¿QUÉ ES LA RADIO? DEL ESPECTRO AL CIBERESPACIO	30
2.1.1 Tres definiciones para un mismo medio	31
2.2 EL DESARROLLO DE LA RADIO VIRTUAL	33
2.2.1 El desafío de un nuevo escenario: El mundo digital	38
2.2.2 Hipertextualidad e interactividad	42
2.3 COMUNIDADES VIRTUALES	45
2.4 LA ÉTICA Y LOS DERECHOS DE AUTOR	50
2.5 ANTECEDENTES, CONTEXTO Y EXPERIENCIAS SIMILARES EN COLOMBIA	52
2.6 DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO, LA CIENCIA Y LA CULTURA DESDE UNA RADIO PARTICIPATIVA Y EDUCOMUNICATIVA	55

3. DISEÑO METODOLÓGICO	59
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	59
3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN	62
3.2.1 Fase 1 – Deconstrucción	62
3.2.1.1 Encuesta etnográfica	62
3.2.2 Fase 2 – Reconstrucción	62
3.2.2.1 Talleres investigativos	63
3.2.2.2 Observación participante	63
3.2.3 Fase 3 – Evaluación	63
3.2.3.1 Grupos focales	63
3.3. VALIDEZ INTERNA	64
4. ANÁLISIS DE DATOS	66
4.1 ENCUESTA ETNOGRÁFICA	67
4.2 TALLERES	85
4.3 GRUPO FOCAL	108
5. DISCUSIÓN Y HALLAZGOS	124

6. CONCLUSIONES	140
7. RECOMENDACIONES	144
BIBLIOGRAFÍA	146
ANEXOS	150

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Resumen técnicas e instrumentos de recolección de información	64
Cuadro 2. Tipos de respuesta y categorías emergentes	68
Cuadro 3. Matriz de análisis encuesta etnográfica	73
Cuadro 4. Relación de categorías encuesta etnográfica	82
Cuadro 5. Matriz de análisis taller 1	85
Cuadro 6. Relación de categorías taller 1	90
Cuadro 7. Matriz de análisis taller 2	92
Cuadro 8. Relación de categorías taller 2	98
Cuadro 9. Matriz de análisis taller 3	100
Cuadro 10. Relación de categorías taller 3	106
Cuadro 11. Matriz de análisis grupo focal profesores	110
Cuadro 12. Relación de categorías grupo focal profesores	115
Cuadro 13. Matriz de análisis grupo focal estudiantes	117
Cuadro 14. Relación de categorías grupo focal estudiantes	122

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta etnográfica	151
Anexo B. Guía de talleres	177
Anexo C. Registros de observación	182
Anexo D. Estructura y guía de grupos focales	202
Anexo E. Proyecto comunicativo emisora virtual universitaria Estación V	206

SIGLAS

TIC: Tecnologías de información y comunicación

UPB: Universidad Pontificia Bolivariana

RESUMEN

TÍTULO: REDEFINICIÓN DE LA RADIO UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL*

AUTOR: ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO **

PALABRAS CLAVES: RADIO, RADIO UNIVERSITARIA, RADIO VIRTUAL, EDUCOMUNICACIÓN, TIC.

DESCRIPCIÓN: El proyecto “Redefinición de la radio universitaria en el ámbito virtual” se planteó como una investigación de enfoque cualitativo cuyo objetivo fue comprender, desde la virtualidad, las nuevas definiciones y usos educativos de una radio universitaria.

Para alcanzar este objetivo, se implementó un diseño del tipo Investigación acción para lo cual se definieron tres etapas. Primero, una etapa de deconstrucción o acercamiento al objeto de estudio, a través de una encuesta etnográfica que buscó Indagar acerca de las preferencias de consumo de internet y radio virtual en la comunidad de la Universidad en la cual se ubica la emisora estudiada.

Segundo, la etapa de reconstrucción permitió, a través de de la realización de talleres y observaciones, trabajar con algunos sujetos involucrados en la construcción de la emisora virtual. Tercero y último, la evaluación y validación de la información recabada en las dos etapas anteriores.

La organización y tratamiento de los datos obtenidos se llevó a cabo mediante matrices cualitativas de análisis ajustadas a un sistema de categorías previamente definidas y articuladas al marco teórico del proyecto. Con base en esta información, se procedió a realizar un proceso de discusión y triangulación de la información en concordancia con las preguntas orientadoras de la investigación.

El documento final intenta ofrecer un análisis sobre la manera como se está redefiniendo la radio luego de casi un siglo de existencia, específicamente en el contexto de lo digital y lo universitario y particularmente en la función educativa que históricamente ha cumplido este medio.

*Proyecto de grado

** Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Educación, Maestría en Pedagogía, Directora: Luz Estella Giraldo López.

ABSTRACT

TITLE: REDEFINING THE UNIVERSITY RADIO IN THE VIRTUAL SCOPE*

AUTHOR: ALFREDO ÁLVAREZ OROZCO**

KEY WORDS: RADIO, UNIVERSITY RADIO, VIRTUAL RADIO, COMMUNICATION AND EDUCATION, INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY

DESCRIPTION: The grade project "Redefining the university radio in the virtual scope" was presented as a qualitative research approach aimed at understanding, from the virtuality, the new definitions and educational uses of a university radio.

To achieve this purpose, we implemented an action research design of the type for which defined three stages. First, a stage of deconstruction or approach the object of study, through an ethnographic survey sought to inquire about consumer preferences and radio Internet virtual community of the University which is located the station studied.

Second, it allowed the reconstruction phase, through the workshops and comments, working with some individuals involved in the construction of the virtual station. Third and finally, evaluation and validation of information collected in the previous two stages.

The organization and management of data was performed using qualitative analysis matrices adjusted to a set of categories previously defined and articulated the theoretical framework of the project. Based on this information, we proceeded to perform a process of discussion and triangulation of information in accordance with the guiding questions of the investigation.

The final document aims to provide an analysis of how radio is being redefined after nearly a century, specifically in the context of the digital and the university and particularly in the educational role that has historically served this way.

* Grade Project

** Faculty of Humanities, School of Education, Master in Pedagogy, Director: Luz Estella Giraldo López.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de su historia, la radio ha sido un medio masivo capaz de entretener, informar acompañar, movilizar e incluso, educar a las personas. La radio privilegia en su lenguaje el presente, el diálogo claro y despierta la imaginación a través de la palabra, la música, los efectos y el silencio.

Ella, la radio, se ha convertido en una compañía para las personas y por esto mismo su capacidad de movilización y formación es importantísima como lo fue por muchos años, en nuestro medio, la Emisora Radio Sutatenza.

La radio es mucho más que un medio de difusión del sonido. Se constituye en un sistema de comunicación y construcción de sentidos permeados por la idiosincrasia y el contexto histórico y cultural de la sociedad que la consume, pero también de quienes la producen. Estas características la han posicionado como uno de los medios de comunicación más cercanos a las audiencias desde sus orígenes en el ámbito analógico e incluso más recientemente en el ámbito digital.

Y es que con la revolución e innovación tecnológica de las últimas décadas, el medio ha ido migrando de manera lenta hacia un nuevo escenario. Dicho escenario es conocido como Internet, plataforma computacional caracterizada por la integración de los sistemas de información digital alrededor de una gran red de redes que ha propiciado el surgimiento de nuevas formas de inteligencia artificial y nuevas formas de construcción de conocimiento.

Justamente en este contexto ha surgido la discusión sobre la denominada Sociedad del conocimiento a través de la cual se debaten las nuevas maneras como se interrelacionan los seres humanos; procesan, construyen y distribuyen la información y generan valores agregados en el desarrollo de la función informativa tales como lo multi y lo hipermedia, que derivan en lo que se ha tipificado como la 'convergencia mediática'¹.

Estas transformaciones no han estado exentas del contexto de la educación superior. En los últimos años las universidades de todo el mundo han venido trabajando en la integración de sus sistemas de información y comunicación a través de plataformas digitales, e incluso han sido pioneras en la creación y uso de grandes redes sociales a través de internet. Facebook, la red social digital más grande del planeta, con cerca de 800 millones de usuarios, es un claro ejemplo de ello y fue creada por estudiantes desde el campus de la Universidad de Harvard.

Este fenómeno, impulsado por los desarrollos de las tecnologías de información y comunicación, ha obligado a los medios tradicionales a reinventarse. Las radios de las universidades, caracterizadas tradicionalmente por su función cultural y educativa, reflejan claramente este panorama.

En los últimos años hemos venido asistiendo a un proceso de migración de las radios universitarias desde lo analógico hacia lo digital, lo que las está llevando a nuevos desafíos en la manera como construyen sus mensajes y se relacionan con sus diferentes públicos, sin perder su función educomunicativa.

¹ Integración de medios, formatos y lenguajes en una plataforma digital común.

En relación con lo anterior, no se puede pensar en la radio virtual sólo como la transmisión de sonido a través de la red. Conocer y aprovechar todas las posibilidades que ofrece internet para potenciar los procesos de comunicación en un contexto educativo supone estudiar múltiples aspectos.

A partir de este contexto surgió esta investigación que buscó comprender las nuevas definiciones y usos educativos de una radio universitaria desde la virtualidad, para lo cual se adoptó un diseño de investigación acción (IA), dado que este proyecto implicó un ejercicio de intervención en una realidad social para su comprensión y la formulación de propuestas. Se trata, desde esta perspectiva, de una investigación de enfoque cualitativo que buscó analizar las nociones de lo educativo y participativo que tiene una radio virtual en la comunidad de una universidad.

Esta investigación permitió la contextualización de los fundamentos teóricos que enmarcan la propuesta de la comunicación educativa y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas en la educación, en una experiencia que se enmarca en el proceso de construcción y puesta en marcha de la emisora virtual de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Es por esto que se consideró pertinente identificar las narrativas, estéticas y formas de interacción más efectivas para la formulación de propuestas que permitan el fortalecimiento de su parrilla de programación.

Las páginas siguientes muestran el desarrollo del presente estudio. En la primera parte se expone la contextualización desde las perspectivas teóricas abordadas. En un segundo momento se presenta la sistematización de la información recabada, a través de matrices de carácter cualitativo, así como el análisis de los resultados

obtenidos a partir de los diferentes instrumentos aplicados. En el último capítulo se encontrará la discusión y análisis de los hallazgos, que pretende dar respuesta a las preguntas que orientaron la investigación.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La radio es un medio de comunicación con cerca de un siglo de existencia. Por muchos años se consideró el medio de comunicación masiva por excelencia, especialmente en la primera mitad del siglo XX. No obstante, luego de la aparición de la televisión, y más recientemente con el auge de Internet, sus usos, percepciones y funciones se han venido transformando progresivamente.

Desde el momento de su aparición, en la segunda década del siglo XX, la radio evidenció claramente su función educativa y de servicio social. No son pocos los historiadores que señalan al hundimiento del Titanic, el 14 de abril de 1912, como el episodio que dio origen al periodismo radiofónico. Esa trágica noche, las comunicaciones inalámbricas trasatlánticas permitieron salvar la vida a cerca de 800 personas. Paradójicamente, en el contexto de una tragedia se hicieron evidentes los beneficios sociales de la comunicación sonora inalámbrica.

Colombia ha hecho aportes importantes en la consolidación del medio radial como espacio de participación, interacción, educación y formación social. En 1948, gracias a la iniciativa del Padre José Joaquín Salcedo, nació radio Sutatenza en el municipio homónimo del departamento de Boyacá. La emisora surgió a partir del interés del religioso por poner el medio radial al servicio de la educación de las comunidades campesinas del centro del país. En pocos años, Radio Sutatenza se convirtió en una de las más grandes cadenas radiales de Colombia y, a la postre,

en la pionera de las emisoras educativas y comunitarias en el continente y una de las primeras en el mundo.

En el momento de su cierre, a principios de los años 90, Radio Sutatenza había logrado la alfabetización de cerca de ocho millones de colombianos y se constituyó en modelo para numerosos procesos de educación de Colombia y otros países, apoyados en los medios masivos de comunicación. Radio Sutatenza, además, sirvió de referente para la aparición de otras iniciativas que procuraban la difusión de la educación y la cultura a través de la radio como HJCK “la emisora de la inmensa minoría”, fundada en los años 50 por Álvaro Castaño Castillo con el respaldo de reconocidos intelectuales del país como Álvaro Mutis y Gabriel García Márquez, entre otros.

La historia de la radio universitaria en Colombia, no obstante, se remonta años atrás a la aparición de Sutatenza y HJCK. Comenzó en 1933 con la llamada “Emisora cultural de la Universidad de Antioquia”, la primera estación del país promovida por una institución de educación superior, seguida en 1948 por Radio Bolivariana, de la Universidad Pontificia Bolivariana y a las que treinta años más tarde se sumó la emisora de la Universidad Javeriana.

Los años 70 y 80 significaron la consolidación de la radio comercial en Colombia, el auge de las emisoras en frecuencia modulada y la expansión de las cadenas comerciales de radio. Por su parte, los años 90 partieron en dos la historia de la radiodifusión sonora colombiana, con la promulgación de un marco legal que, entre otros aspectos, reorganizó el espectro electromagnético, clasificó a las emisoras del país en tres categorías y permitió la ampliación de la oferta radial colombiana.

El marco legal que reglamenta la radiodifusión sonora está sustentado fundamentalmente en los Decretos 1445, 1446 y 1447 de 1995, así como en otros decretos complementarios de aparición posterior. Para el Estado colombiano, en el país existen las emisoras comerciales, comunitarias y de interés público, que pueden ser operadas por gestión directa o indirecta, con niveles de cobertura delimitados según su categoría y a través de sistemas de transmisión de amplitud modulada, frecuencia modulada o de nuevas tecnologías. Estas últimas contemplan la transmisión de frecuencias de radio a través de Internet.

Con el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación en la última década y un marco legal que permite su creación sin necesidad de solicitar una licencia de operación, las emisoras virtuales han crecido de manera exponencial en Colombia en los años recientes.

Hoy por hoy es posible encontrar no sólo la señal en Internet de una emisora convencional, en tiempo real, sino también frecuencias que gracias al llamado *streaming* (sonido real a través de Internet) operan exclusivamente a través del ciberespacio.

Las restricciones del marco legal de la radiodifusión sonora colombiana para que las Universidades de carácter privado accedan a frecuencias abiertas de radio, en tanto que sólo se les permite concursar por licencias comerciales, han traído como consecuencia el interés de éstas por explorar otras alternativas para el desarrollo de proyectos de comunicación sonora en donde se promuevan los pilares de la Universidad: la investigación, la extensión y la docencia.

Es así como en la actualidad es posible escuchar en línea no sólo emisoras dedicadas a la difusión de música y entretenimiento, sino también emisoras de Instituciones de educación superior como las de la Universidad Pedagógica Nacional, Universidad de Antioquia, Universidad Nacional, Universidad Santiago de Cali, Sergio Arboleda, Jorge Tadeo Lozano y UNAD, entre otras.

En el contexto de la sociedad del conocimiento resulta casi impensable encontrar un medio que no ofrezca valores agregados en el desarrollo de su función informativa, a partir de lo que se ha denominado “la convergencia de medios”, es decir, la posibilidad de encontrar diversidad de medios y lenguajes en un mismo escenario. Esto ha generado transformaciones en el procesamiento y distribución de la información de un medio como la radio, pero también en la manera como se comprende y usa este medio, especialmente por parte de las nuevas audiencias. Pero ¿por qué se hace hincapié en estas audiencias?

Las nuevas generaciones, tal vez como resultado del auge de la multi e hipermedia, se caracterizan por su volatilidad en el consumo de medios y, de esta manera, por demandar productos que les resulten mucho más atractivos, diversos y posibles de leer desde distintas perspectivas. Mientras para una audiencia mayor de 30 años puede resultar normal acceder a la información y el entretenimiento desde un medio tradicional como la radio, para un joven esto puede resultar, de cierta manera, exótico.

Es por esto que la radio en los últimos años ha tenido que enfrentarse a una serie de transformaciones, no sólo desde su lenguaje y formatos, sino también desde su soporte tecnológico. Ha tenido que ajustarse a las demandas de esas nuevas audiencias y a sus nuevas formas de consumo. Pretender mantener una radio

desde tradicional, equivaldría a desconocer las transformaciones de la sociedad y sus hábitos de consumo de la información.

La tecnología no sólo ha incidido en la vida de los seres humanos, ella también ha generado nuevas formas de relación con el mundo, las cosas, los otros. La tecnología es la realidad singular del mundo actual y sus impactos en la sociedad, sus formas y mecanismos de comunicación modelan la cultura. La magnitud de lo tecnológico es tal, que lo humano pierde su relato en los discursos tradicionales de las humanidades. Lo humano no es sólo aquello que se engendra en lo biológico ni en la cultura, es algo más que lo inmediato y esto se cifra en lo virtual. Esto lo encontramos marcadamente en la relación con el consumo, incluido, el consumo cultural.

El papel de los mass media y, especialmente, de la radio en los procesos de identidad –cultural- es importante y con mayor fuerza hoy cuando la vida en sociedad está soportada por la tecnología. Este gran relato se cifra en un concepto genuina y filosóficamente actual; se trata de lo virtual. Lo virtual es lo distante-presente, la potencia de lo que podemos ser siendo. Lo virtual no es lo posible, sino lo inmediatamente real, lo que se encuentra más acá de la realización. Lo virtual es la realidad singular de la vida en sociedad y la radio no es ajena a ella. En lo virtual lo tradicional deviene actual, cede su especificidad conservadora; en lo virtual hasta la voz se repite sin perder la potencia de lo dado. Congelar la imagen, conservar la voz en un programa, es un asunto virtual.

Hoy es posible observar un auge de la radio virtual, que permite a los oyentes acceder a frecuencias desde el ciberespacio, en entornos donde no sólo es posible escuchar audio sino también consumir información en otros lenguajes, en un contexto global y en concordancia con la convergencia de medios de la que se habló anteriormente.

Es justamente en el ámbito de la virtualidad en donde la radio universitaria está encontrando un importante espacio de desarrollo y expansión, que se evidencia en el crecimiento de la oferta de medios de este tipo, impulsados por instituciones de educación superior.

Por definición, la radio universitaria busca constituirse en canal de difusión de la investigación, la extensión, la docencia y la cultura. Se trata, fundamentalmente, de auténticos espacios que integran a la educación y a la comunicación a través de proyectos radiofónicos.

Lo virtual vincula a los sujetos en el tiempo-no presente y se hace presente en el pasado de la memoria. La Radio virtual es un poderoso y sofisticado sistema de comunicación para comunidades que en lo virtual buscan el presente de un pasado. Ella congela el dato y actualiza lo dado. Como instrumento educativo, la radio virtual ocupa un lugar especial en espacios de cultura como la universidad. Pero, ¿por qué cumple este papel? Porque ella es la virtualidad del saber, el presente del pasado y el pasado del presente. La Radio virtual es la sedimentación de la realidad humana en la tercera revolución –tecnológica-, porque es concomitante con la experiencia genuina de las generaciones más jóvenes. Es en el marco de esta realidad que algunas instituciones universitarias le han apostado a la radio virtual y esto porque ella es un canal efectivo de *socialidad* y no solamente de información.

La Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga -UPB- no ha sido ajena a este tipo de proyectos y desde hace seis años cuenta con el espacio de Radio Católica Metropolitana para la difusión de su propuesta educativa. No obstante, este proyecto es compartido con la Arquidiócesis de Bucaramanga y el resultado de esta alianza ha sido un proyecto comunicativo en donde priman los contenidos confesionales católicos sobre los educativos y culturales. Como

consecuencia de esto, estudios internos² han demostrado que la comunidad universitaria no se ve reflejada en la propuesta de la emisora y no participa activamente en su construcción.

Ante esto, la Universidad ha decidido emprender la construcción de un nuevo proyecto radiofónico desde la virtualidad, en donde se privilegie la promoción de la investigación, la extensión, la docencia y la cultura a partir de procesos efectivos de realización y participación de los diferentes estamentos de la comunidad. Se trata de un importante reto ante el cual resulta necesario formularse la siguiente pregunta:

¿Cómo redefinir la radio universitaria de la UPB en un entorno global, multimedial e interactivo como el que ofrece la virtualidad?

Esta investigación intentó encontrar respuestas a esta pregunta a partir de la experiencia en construcción de la emisora virtual Estación V (<http://www.estacionv.com.co>) de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Pero el tratamiento de esta pregunta nos exigió avanzar hacia el planteamiento de otros interrogantes como:

¿Qué nociones de lo educativo y lo participativo permean la propuesta de programación de la emisora virtual de la UPB?

¿A través de qué narrativas, estéticas y formas de interacción se puede fortalecer la radio universitaria virtual de la UPB para consolidarla como un auténtico espacio de edu-comunicación?

¿Cómo se proyecta una universidad de región como la UPB a partir de una radio virtual?

² Entre los que se destacan: "Evaluación del uso del lenguaje radiofónico en la parrilla de programación de Radio Católica Metropolitana" y "Caracterización del perfil de la audiencia de RCM", realizados ambos por la Facultad de Comunicación Social de la UPB Bucaramanga.

La radio que conocimos hasta hace algunos años seguramente está condenada a desaparecer. En una sociedad digitalizada como la actual, las personas están demandando herramientas que les permitan acceder a la información desde sus propias necesidades. Medios a los que puedan acceder con autonomía, sin condiciones ni restricciones, sino, de alguna manera, contruidos de forma personalizada y a partir de necesidades particulares.

En este sentido, la radio de hoy y del futuro inmediato, tendrá que responder a los hábitos y la cotidianidad dinámica y cambiante de las personas del presente, tendrá que reflejar y permitir la expresión, la palabra, los actos y las vivencias de esas nuevas audiencias para estar realmente en sintonía con ellas. Así, entonces, la nueva radio debe ser un reflejo de esas vivencias del otro y no puede seguir construyéndose desde una mirada dominante y unidireccional, como lo ha hecho durante un siglo de historia.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Pese a que la historia de la radio universitaria en Colombia se remonta a los años 30 con la aparición de la “Emisora cultural de la Universidad de Antioquia”, el auge de este tipo de medios de comunicación tiene sus inicios a partir de la década del noventa del siglo anterior. Esta nueva forma de la radio fue posible cuando surgieron las estaciones impulsadas por instituciones de educación superior. De hecho, tan solo hasta el año 2003 se dio la constitución de la Red de Radio Universitaria de Colombia, integrada en la actualidad por cerca de una treintena de emisoras de este tipo ubicadas en distintas regiones del país.

No obstante en los últimos años, y como consecuencia de la expansión de Internet en el país, ha surgido un buen número de proyectos radiofónicos de esta clase que utilizan al ciberespacio y no al espectro electromagnético, como ámbito de difusión de sus señales. Este se constituye, entonces, en un momento de desarrollo significativo de la radio universitaria de carácter virtual.

Sin embargo, a pesar de la diversidad de recursos que brinda la virtualidad a través del hipertexto, la multimedia y las múltiples herramientas de interactividad e interacción que ofrecen las tecnologías de información y comunicación, es usual encontrar proyectos radiofónicos de esta índole que simplemente están transfiriendo las estéticas y narrativas de la radio convencional, sin hacer ninguna clase de adaptación en su propuesta de programación y relación con las audiencias.

Igualmente, el propósito de servir como canal de difusión de la investigación, la extensión, la docencia y la cultura para las comunidades universitarias, se está redefiniendo ante la presencia de unas audiencias globales e interactivas como las que supone el medio virtual. En particular, lo educativo es un concepto un tanto difuso en las propuestas actuales de programación radiofónica, por cuanto en muchos casos se limitan a simples procesos informativos, contruidos desde una perspectiva institucional, que no permiten consolidar sólidos procesos de participación y formación de personas.

Para una radio universitaria virtual enfrentar este reto puede resultar una acción más compleja aún, en tanto que implica, además del desarrollo de una propuesta edu-comunicativa, la utilización de las herramientas y lenguajes que proponen las tecnologías de la información y la comunicación.

Para el caso de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, objeto de esta investigación, posicionar a su emisora virtual como un auténtico proyecto edu-comunicativo y participativo es una tarea fundamental, en tanto pretende consolidarla como una alternativa de comunicación y expresión en la que realmente se vean reflejados todos los estamentos de la comunidad.

En este sentido, explorar las dinámicas de una radio virtual universitaria y sus nociones de lo educativo, resulta una labor necesaria para la identificación de acciones y aprendizajes que permitan su consolidación y articulación en el contexto de la sociedad del conocimiento.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. GENERAL

- ☞ Comprender las nuevas definiciones y usos educativos de una radio universitaria desde la virtualidad.

1.3.2. ESPECÍFICOS

- ☞ Analizar el uso educativo y participativo de una radio virtual en la comunidad de una universidad.
- ☞ Identificar las narrativas, estéticas y formas de interacción más efectivas en una emisora virtual universitaria para la formulación de propuestas que permitan el fortalecimiento de su parrilla de programación.

- ☞ Determinar las posibilidades que presenta una emisora virtual universitaria en la promoción de la investigación, la extensión y la docencia.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ¿QUÉ ES LA RADIO? DEL ESPECTRO AL CIBERESPACIO

Pretender ofrecer una definición del medio radial en unas cuantas páginas resulta una tarea compleja en tanto habría que remitirse a casi un siglo de historia. Más aún, intentar definir a la radio virtual sin referirse a la naturaleza de la radio podría constituirse en un reduccionismo y simplificar su importancia como medio masivo de comunicación social.

La radio ocupa un lugar importante en la sociedad, ella es un medio para acercar lo lejano y actualizar lo dado. Ella, como medio de comunicación, es hija de la modernidad pues su carácter de actualidad expresa aquello que define a la modernidad: la cercanía de lo lejano, la actualización del dato, la cohesión del cable noticioso, la capacidad de cohesión social, la presencia de un tercero cuya voz recuerda nuestro lugar, el espacio que ocupamos como sujetos, etc. La radio es moderna precisamente porque amplía la voz del colectivo, del sujeto en un escenario donde se redefine la identidad. Es por esto mismo, que la radio es la gran voz donde termina nuestra soledad. Su papel es tanto educativo, político como cultural y no escapa a la condición del poder ideológico. A través de la radio se acentúa el ciclo del mensaje y el circuito de lo pensado. Ella sintetiza la naturaleza de la comunicación y esta es una de las condiciones de lo moderno. Comunicar es humano y hacerlo a través de un medio, es un asunto de modernidad en la misma condición en que lo fue, es y ha sido, el periódico impreso.

Así, entonces, en las próximas páginas se intentará ofrecer un recorrido por la naturaleza de la radiodifusión sonora. Esto tiene como propósito identificar elementos que permitan la comprensión del fenómeno tecnológico que está llevando a la radio a un momento de redefinición de su quehacer.

2.1.1. Tres definiciones para un mismo medio

Con el fin de aproximarnos al concepto de la radio, inicialmente acogemos la propuesta de Jeanine El'Gazi³, quien plantea la imposibilidad de definirla desde una única perspectiva. El'Gazi considera que la radio se puede definir desde tres enfoques: como un fenómeno social y cultural, un modo de decir y de contar cosas y un sistema tecnológico.

En primer lugar, se podría decir que cuando se asume a la radio como un fenómeno social y cultural, se la entiende como un producto cultural de una sociedad en un momento histórico específico que expresa el modo de ver, interpretar y concebir el mundo de una comunidad y se constituye en lugar de encuentro y espacio de interacción⁴.

En segundo lugar, al definir a la radio como un modo de decir y de contar cosas, se está reconociendo la existencia de un lenguaje propio para el medio sonoro: el lenguaje radiofónico, integrado por la palabra, la música, los efectos e incluso el

³ EL'GAZI, Jeanine. Que suene la radio: Guía de trabajo del taller de producción radial. Bogotá: Ministerio de Cultura, 1998. p. 19.

⁴ Ibid., p. 19.

silencio. “La combinación selectiva de los elementos que conforman el lenguaje radiofónico permite la creación de un nuevo producto cultural”⁵, afirma El’Gazi.

Estas dos primeras definiciones del medio radial se acercan más a una comprensión socio-cultural del medio. Sin embargo, una conceptualización de la radiodifusión resulta incompleta si no contempla un abordaje de los aspectos tecnológicos que explican su funcionamiento.

En ese sentido, es posible ofrecer una tercera definición de la radio como un sistema tecnológico de transmisión de sonido. Desde esta perspectiva, la radio se comprende como un sistema de difusión de las ondas sonoras, a través del espectro electromagnético (el espacio a través del cual circulan todas las señales de comunicación inalámbrica, generalmente regulado por los Estados), es decir, se trata de una tecnología de comunicación inalámbrica.

Para operar, el sistema se vale de una serie de instrumentos que permiten la captación del sonido, su emisión, transformación, decodificación y recepción. En términos más sencillos, el proceso de radiodifusión requiere de una estación emisora en donde se capte y envíe la onda sonora hasta una estación transmisora que la transforme en ondas que posteriormente puedan ser recibidas por el oyente final.

Este sistema de radiodifusión ha utilizado históricamente las bandas de amplitud modulada, frecuencia modulada y onda corta (que se distinguen unas de otras por el ancho de la onda) para la transmisión de señales sonoras, que junto con otras

⁵ Ibid., p. 21.

variables como la geografía del territorio y la potencia de transmisión, entre otras, determinan la calidad de la recepción.

En los últimos años, con los desarrollos significativos de las tecnologías de la información y la comunicación, es posible emitir señales sonoras no sólo a través del espectro electromagnético sino también a través del ciberespacio. Es así como han surgido las llamadas “emisoras virtuales”, que utilizan la tecnología del *streaming* para la transmisión de sonido, en tiempo real, a través de Internet.

2.2 EL DESARROLLO DE LA RADIO VIRTUAL

Al utilizar a la Internet como tecnología de transmisión, las emisoras virtuales requieren del computador como aparato para la audición de las señales, a través de software destinado a la reproducción de sonido digital. Esta vertiente de la radiodifusión sonora está planteando nuevos retos para los realizadores de contenidos, en tanto que supone una redefinición de la noción histórica del medio, que ahora se enfrenta al desafío de la hipertextualidad y la definición de parrillas de programación de impacto global.

Desde la virtualidad, una estación de radio no puede limitarse a la simple emisión de sonidos a través del uso de otra tecnología, por cuanto esto mismo supone la implementación de nuevos lenguajes, estéticas, narrativas y formas de interrelación con las audiencias, ya no sólo locales sino también globales.

El desarrollo de esta nueva posibilidad de comunicación sonora está revolucionando el medio debido a los bajos costos de emisión y la ausencia de una regulación gubernamental que ha permitido la expansión vertiginosa de señales de diversa índole temática e ideológica, lo que se está constituyendo en una forma interesante de democratización de un medio masivo de comunicación, tradicionalmente controlado por monopolios económicos y/o estatales.

El paso del espectro al ciberespacio está planteando el cambio de un paradigma que se mantuvo por cerca de cien años de historia del medio y el desafío consiste en asumirlo de la manera más creativa posible.

De acuerdo con José Ignacio López Vigil, “la radio le cambió el libreto a la prensa. La televisión se lo cambió a la radio. Y hoy, la globalización de la cultura y la revolución tecnológica se lo ha cambiado a todos los medios de comunicación masivos”⁶.

La radio tal y como se conoció hace prácticamente un siglo, derivada del sistema de telegrafía inalámbrica que desarrolló Marconi se está replanteando. Al igual que los medios de comunicación tradicionales ha pasado del sistema análogo a la tecnología digital.

A pesar de la brecha económica y digital entre los países desarrollados que tienen políticas de aplicación e implementación de la infraestructura de las TIC y los que están en vía de desarrollo -que trabajan por mejorar la calidad en la conexión y el

⁶ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quito: Editorial Silva, 1997.

nivel de cobertura- la radio tiene el desafío de mantener su posicionamiento en una sociedad que históricamente le ha dado un lugar trascendental.

El medio radial se presenta entonces como un fenómeno social y cultural con un lenguaje radiofónico que lo caracteriza pero que empieza a interactuar con otras formas de comunicación y aún más evidente, a tener un cambio en su sistema tecnológico al migrar a nuevos soportes como la plataforma virtual y constituirse así en un producto multi e hipermedia.

Internet, tal y como lo plantea José Ignacio López Vigil, le está cambiando el papel a los medios de comunicación, una transformación que trasciende una simple convergencia mediática. Castells lo define como el corazón articulador de los distintos medios: “internet se convierte en el sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información (...) el sistema conector interactivo del conjunto multimedial”⁷.

En la actualidad la radio dejó de ser sólo un producto que se emite por el espectro electromagnético, cada día surgen nuevas emisoras virtuales que son un ejemplo de la evolución de la radio hacia lo digital, algunas de ellas con contenidos y públicos específicos de acuerdo a gustos particulares. Las audiencias acceden masivamente a un nuevo medio, pero lo hacen de manera autónoma seleccionando la información o fragmentos de la programación que son de su interés.

⁷ Citado por DE MORALES, Denis Por otra comunicación. Barcelona: Icaria Editorial s.a. 2005. p. 226

Por su parte la realización de formatos radiofónicos para las emisoras virtuales responde a otro tipo de criterios determinados por la plataforma virtual, una serie de contenidos personalizados, que exploran todas las posibilidades sonoras y estéticas. Estos además se nutren de valores agregados, entre ellos la imagen o el hipertexto, permitiendo la profundización de los temas ofrecidos a la carta y almacenados en fonotecas, listos para ser escuchados o descargados en cualquier momento, lo cual logra contrarrestar características como la fugacidad o el carácter efímero de los mensajes en la radio tradicional.

Cabe destacar la diferenciación que de los oyentes y usuarios de internet hace Cebrián Herreros: “Internet modifica las maneras con que se informan las personas. Los usuarios pasan a tener un poder que antes no tenían tanto para recibir, buscar y contrastar como para incorporar información generada o conocida por ellos. Acceden a la red como un autoservicio. Esta visión modifica plenamente el panorama de los medios de comunicación y en particular de la radio. O la radio busca la personalización de la información, la interactividad, el autoservicio o perderá capacidad de penetración en la nueva sociedad”⁸.

Radio on line o virtual son entre otros los términos que describen un nuevo escenario de producción, una nueva definición que se conoce también como radio 2.0. Para José María García Lastra “la radio en el siglo XXI es un producto multimedia basado en el audio, un empaquetado lógico que se emite en cualquier canal y se recibe en todo tipo de dispositivo, un producto más complejo que tiene

⁸ Citado por RODERO, Emma. La radio en internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red. En: http://upf.academia.edu/EmmaRodero/Papers/330159/La_radio_en_internet_el_reclamo_de_un_nuevo_producto_radiofonico_disenado_para_la_red. p. 3.

todo el enriquecimiento multimedia, interactividad y se puede recibir desde cualquier soporte”⁹.

Por último, pero no menos importante, la propia tecnología ha permitido que se creen en la red dos tipos de formas, una radio con una parrilla de programación estructurada que emite sus contenidos en determinados horarios¹⁰ y, por otro lado, espacios con productos exclusivos diseñados de acuerdo a las características del nuevo escenario virtual.

Autores como Rodero destacan esta diferencia: “el producto que ofrece la red no sólo es radio sino mucho más que eso y, por esta razón, no podemos reducir la concepción sonora radiofónica a las transmisiones de aquellas direcciones de Internet que estrictamente se denominan emisoras de radio. El sonido informativo se extiende por toda la red y no es dominio exclusivo de las cadenas radiofónicas, sean del tipo que sean”¹¹.

Al hablar de radio virtual además de una definición teórica es fundamental poder delimitar cuáles son esos nuevos desafíos que plantea la tecnología digital. De manera práctica cómo pueden trabajarse las posibilidades de interacción, el hipertexto, la imagen e incluso el video sin que el medio pierda su esencia, para llegar a una audiencia que cada vez está más relacionada con la tecnología, ya no a través del radiotransistor, sino de cualquier soporte que permita una conexión a la red.

⁹ Entrevista en audio realizada por BALLESTEROS, Tito. RADIOS DE AMÉRICA. Audio en línea disponible en: <http://titoballesteros.blogspot.com/2011/05/radio-20.html>

¹⁰ Este tipo de emisoras corresponden a las que fueron creadas para transmitir a través del espectro y que dadas las condiciones tecnológicas suben su programación también a internet.

¹¹ RODERO, Op. cit, p. 1.

2.2.1 El desafío de un nuevo escenario: El mundo digital

Grandes pasos se han dado en la evolución de la red de redes desde la década de los noventa cuando se conoció tal y como la entiende la gente en la actualidad. Hay quienes aún miran con asombro y desconfianza todas las nuevas posibilidades de interconexión y comunicación que cada día ofrece este medio. Las transformaciones pasaron de la esfera tecnológica a los diferentes escenarios de la vida humana como la política, la economía y no menos importante, las dimensiones geográfica y social.

En ese contexto surgieron desarrollos alrededor de las denominadas tecnologías de la información y la comunicación, objeto de numerosos estudios en las últimas décadas; pero en el trasfondo, la investigación y discusión gira en torno a lo que se ha denominado “sociedad de la información” en un intento por comprender los profundos cambios que estas han generado. Es así como algunos autores, entre ellos Manuel Castells, hacen referencia a la sociedad informacional: “el término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico”¹².

De esta manera, Castells hace referencia no solo a una tecnología que sirve como herramienta sino a un proceso que involucra la generación y procesamiento de la

¹² CASTELLS, Manuel. La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red. México: Siglo XXI, 1999. p. 47.

comunicación y la información lo que constituye a la mente humana en protagonista del sistema de producción.

En relación a lo anterior, Marta López Gil propone que el fin de la sociedad de la información es liberar y reforzar al individuo: “la promesa última de la computadora, vinculada a las redes globales de la comunicación, es poner al mundo entero del conocimiento y de la información en manos del individuo (...) escondido en la privacidad de su espacio, sentado ante una terminal de computadora, el individuo se entretiene, se educa, se comunica con otra gente de la autopista informática”¹³, todo esto, según la autora, lo realiza al mismo tiempo que colabora con la economía de la información.

Se asiste entonces, a una época donde la introducción de todo un entramado tecnológico y digital de máquinas inteligentes y sistemas de comunicación, se convierte en la estructura y organización de nuevas formas de relación social. Pero más allá de esto es importante tener en cuenta cómo se da esa interacción con las TIC.

Hablar de su uso no se limita a la utilización de la tecnología dado que involucra una serie de prácticas sociales que se afirman, reproducen o modifican “el uso (que conlleva reflexión, imaginarios, actitudes y comportamientos en relación con ese mismo aparato) y por otro lado, la práctica, que tiene en cuenta además, la

¹³ LÓPEZ GIL, Marta. Zonas Filosóficas: Un Libro de Fragmentos. Disponible en internet: <http://books.google.com.co/books?id=dAxKy14RxdEC&pg=PA215&dq=Paul+virilio+cibermundo#v=onepage&q=Paul%20virilio%20cibermundo&f=false> p. 200

función social, el valor social y los usos sociales del individuo frente a cierto utensilio técnico”¹⁴.

Como sucede en los otros medios, las TIC están insertas en una sociedad y son el resultado de la invención humana, aunque es evidente el aumento de su aplicación, no se puede desconocer que existen otros ámbitos de socialización como la escuela, el trabajo y la familia y es allí donde también se conceptualiza, redefine y reflexiona acerca de su aplicación.

Frente a lo anterior se habla de la sociología de los usos cuyo exponente Marcus Leanning explica: “la tecnología necesita ser entendida como algo que puede interactuar con una sociedad de varias formas (...) aquí se propone que las TIC sean entendidas como modelo”¹⁵. Se trata de una modificación mutua en el marco de un contexto cotidiano donde de acuerdo a las prácticas propias de cada sociedad, le son atribuidos usos particulares.

Siguiendo con los planteamientos de Castrillón y Zambrano, la introducción de las TIC genera cambios en los sujetos y al mismo tiempo hace que estos modifiquen la manera de concebirlas, redefiniendo aspectos de las mismas como su diseño y servicio.

¹⁴ CASTRILLÓN, Érika. Y ZAMBRANO, Juan. Usos: Conceptos y posturas generales p.1. Texto de trabajo para el grupo EAV.

¹⁵ Citado por CASTRILLÓN y ZAMBRANO, *Ibíd.*, p. 3.

Lo que se establece es un tipo de relación recíproca en la complejidad social, donde intervienen formas de poder, el contexto cultural y diferentes actores “el uso irá siempre más allá de la utilización, sea que se respete o que se desvíe el modo de empleo de la tecnología con respecto a la idea de origen (...) el uso no puede entonces reducirse a datos estadísticos sobre tasas de equipamiento, frecuencia o duración de la utilización, tipología de usuarios; ni puede plantearse solamente desde las aplicaciones concretas (programación, juego, trabajo, encuentros sociales, consumo)”¹⁶. En este sentido se contemplan además, aspectos como el acceso, la conectividad o la interacción.

Castells propone algo similar al establecer que no es internet lo que cambia el comportamiento, sino que es el comportamiento lo que cambia internet. El autor se refiere a que dichos comportamientos, al apropiarse de la tecnología, se amplifican y potencian a partir de lo que son.¹⁷ Un ejemplo que da el autor son los proyectos individuales que desarrolla la sociedad, pero que se construyen y dan sentido a partir de lo que el individuo es y quiere ser. Internet facilita esa conexión que rompe la dimensión de límites físicos, generando redes de afinidades o comunidades virtuales.

En este escenario es imposible desconocer el papel del nuevo medio virtual, lo que se muestra en el ciberespacio donde los seres humanos establecen formas diferentes de relacionarse, de conocer, de interactuar. Un lugar donde la dimensión de tiempo y espacio cambia ante las propias características del mundo digital que Joel de Rosnay define como acelerado, en crecimiento o aumento y principalmente interactivo¹⁸.

¹⁶ *Ibíd.*, p. 3.

¹⁷ Citado por DE MORALES, Op. Cit. p. 217.

¹⁸ Citado por LOPEZ GIL, Op cit. p. 215

Internet constituye más que una tecnología, todo un medio de comunicación que de acuerdo con Castells¹⁹, expresa los intereses, los valores y las instituciones sociales. Según el autor se asiste a un nuevo “paradigma sociotécnico” que procesa la virtualidad y la transforma en la realidad, constituyendo la sociedad red en la que se vive actualmente.

2.2.2. Hipertextualidad e interactividad: Nuevas formas, nuevas percepciones

Son numerosas las diferencias que pueden evidenciarse, en todos los sentidos, entre la radio análoga y la creada exclusivamente en internet. Aunque ya han sido mencionadas varias de ellas; cabe destacar que se trata de crear un producto que esté acorde a los nuevos hábitos y características de consumo; para una audiencia que ya no es general sino variada, tan variada y amplia como las posibilidades de acceso a la web.

Rodero propone una nueva mirada que permita un entendimiento y un uso distinto de la radio *on line*: “mientras es el propio usuario de Internet el que demanda del medio una determinada información, es el emisor radiofónico el que ofrece al oyente unos datos concretos que casi siempre se circunscriben únicamente a la información de actualidad. El usuario de Internet busca, frente al oyente de radio que sólo recibe”²⁰.

¹⁹ Citado por DE MORALES, Op. Cit. p. 228.

²⁰ RODERO, Op cit. p. 4.

De esta condición fundamental se desprenden unas nuevas maneras de potenciar las características del medio, que están relacionadas con una visión de internet como una extensión del sistema nervioso del ser humano. Kerckhove, exponente de este planteamiento, se refiere a internet como “un nuevo paso en la evolución humana, provocador de un cambio de paradigma socio-cultural al cual no hay que temerle”²¹. Coincide en ese sentido con Castells, quien también emplea ese término para describir la incorporación de una forma distinta de “palpar” la realidad.

De lo que se trata, es de la extensión de un sistema de estímulos y percepciones, a fin de encontrar nuevos modos de comunicarse y conocer el mundo “aprender ese nuevo alfabeto implica el necesario cambio de paradigma, en donde el ser humano se desconcentra de sí mismo, se expande y en la interconexión con las otras inteligencias, produce conocimiento”²².

De este planteamiento se desprenden tres características importantes, la primera es la hipertextualidad. Internet a diferencia del texto tradicional lineal crea otras maneras de lectura, codificación y conexión; se trata de contenidos, informaciones o conocimientos enlazados “psicotecnologías mediadas esencialmente por el lenguaje y por lo tanto susceptibles de codificar, clasificar y transportar significados que a su vez transforman a los usuarios de ese lenguaje”²³.

²¹ Citado por CALVETE, Jaime Andrés y ORTIZ, Idania. El Internet “Extensión del sistema nervioso”. p. 1. Documento de trabajo.

²² *Ibíd.*, p. 1.

²³ *Ibíd.*, p. 2.

De acuerdo con lo anterior, Lamarca²⁴ considera que este tipo de estructura aporta más dado que la mente humana no sigue un hilo lineal, sino que hace todo tipo de asociaciones y conexiones, pero además atribuye otro valor al hipertexto y es la posibilidad de acceder y recuperar la información de forma directa. “El hipertexto se funda en un ambiente informático y digital que favorece la interacción amigable con la representación icónica de las estructuras de información”²⁵.

En el caso de la radio virtual es el hipertexto lo que permite organizar contenidos de manera que cada usuario acceda a ellos de acuerdo a sus necesidades y preferencias; ganando tiempo gracias a la inmediatez que favorece un acceso directo a la información. Lamarca los clasifica como “un conjunto de nodos y enlaces (texto, páginas, imágenes, gráficos, secuencias sonoras y documentos complejos) no relacionados linealmente y sí con conexiones de tipo reticular”²⁶.

Por otra parte, al hablar de internet se destaca principalmente la interactividad, traducida en algunos casos en participación, que establece el internauta con las tic, con los contenidos y además con otros usuarios; para Kerckhove, “la cultura de la interactividad es una cultura de la profundidad”²⁷ donde el sujeto está construyendo una nueva identidad, un nuevo mundo interior.

En las emisoras *on line*, se puede interpretar esta característica a partir de diversas ópticas; por ejemplo la opción de trabajar desde cualquier punto y a través de diferentes soportes técnicos. En la actualidad, utilizando un dispositivo

²⁴ LAMARCA, María Jesús. ¿Qué aporta la estructura hipertextual? En: Revista Chasqui No. 70, Junio de 2000. Disponible en internet: <http://www.hipertexto.info/documentos/aportacion.htm>

²⁵ Ibid., p. 4.

²⁶ Ibid., p. 4.

²⁷ CALVETE y ORTIZ, Op cit. p. 2.

móvil, celulares o computador con conexión inalámbrica, los usuarios se convierten, al mismo tiempo, en generadores de contenidos desde cualquier punto de la tierra. La interactividad provoca además una mayor exigencia en la calidad de lo que se sube a la web, al ser dichos usuarios quienes tiene el control y la autonomía sobre lo que quieren escuchar o el tipo de información que buscan. Sin embargo, Díaz y Salaverría consideran que el texto escrito sigue siendo el elemento más relevante en una página en internet. “No obstante, se trata, o puede tratarse, de un texto que no sea estrictamente secuencial o unilineal”²⁸.

Finalmente las TIC facilitan la posibilidad de establecer contacto e interactuar con otras personas a través de las redes sociales, que por lo general son parte importante de los nuevos entornos de la radio virtual. A través de estas nuevas herramientas de comunicación, los ciberoyentes participan y opinan acerca de los temas y programas e incluso agregan contenidos a las páginas de las emisoras virtuales.

A propósito de esto, Cebrián se refiere a la interactividad y le otorga un papel fundamental dentro del proceso de las emisoras virtuales: “El desarrollo de la radio por Internet no depende tanto de los equipos técnicos cuanto de la capacidad de profesionales y aficionados para generar otras modalidades comunicativas sonoras, especialmente las orientadas hacia la interactividad, correlaciones de sonidos y búsqueda de datos e informaciones vinculadas o no de manera simultánea a la emisión de documentos sonoros”²⁹.

2.3 COMUNIDADES VIRTUALES

²⁸ DÍAZ, Javier y SALAVERRÍA, Ramón. Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel, 2003. Pág. 21.

²⁹ Citado por RODERO, Op cit. p. 7.

Con la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación y las nuevas formas de socialización que se establecen desde la virtualidad, se presentan también otras maneras de interactuar con los demás sujetos. Internet por ejemplo, ha sido un medio capaz de convocar a millones de personas en torno a causas como la defensa del medio ambiente y los derechos humanos a partir de la conformación de grandes comunidades virtuales que comparten sus intereses e ingresan a la web de manera espontánea para conocer, aprender o compartir aspectos de su vida y su cotidianidad.

Una definición importante de lo que es una comunidad virtual la hace Francisco Javier Valiente, quien coincide con Castells al aclarar que no son una sustitución de las formas anteriores de relación; en este caso lo que se da son unos modos de interacción en un nuevo escenario: El ciberespacio. “La clave no está en el adjetivo, sino en el sustantivo. Lo que se quiere poner de manifiesto utilizando el concepto ‘virtual’, es que existen nuevos soportes técnicos para relacionarse con los demás. ‘Virtual’ se utiliza para referirse a la tecnología utilizada (ordenador, software de conexión a la Red y aplicaciones apropiadas)”.³⁰

Cabe resaltar la descripción de lo virtual propuesta por Lévy quien lo entiende, no como algo irreal, falso o ilusorio. “No se trata de un sustituto de lo real, sino como una forma de actualizarlo, como una posibilidad más de lo real”³¹.

³⁰ VALIENTE, Francisco Javier. Comunidades virtuales en el ciberespacio. En: Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales, ISSN 1696-019X, Nº. 2, 2004, págs. 137-150 p. 138.

³¹ Citado por Ibid., p. 138.

La discusión está puesta sobre la mesa entre quienes ven con buenos ojos las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para poner en contacto a la sociedad y sus detractores, quienes consideran que generan un efecto negativo en la configuración de la misma y argumentan la superficialidad del tipo de relaciones que propician, por calificarlas ocasionales o agrupadas en torno a intereses esporádicos o porque le atribuyen un aumento de la tendencia individualista y el escape de la realidad.

Sin embargo, lo que se ve es un tipo de sociabilidad selectiva, que ya no depende de los encuentros casuales en los lugares físicos que habitan los seres humanos, sino de una búsqueda a través de la interacción social en la red³². No importan rasgos como el idioma, las costumbres o la religión porque todos se reconocen miembros de una comunidad, como sucede en el caso de redes de gran impacto como Facebook o Twiter. Es evidente que han surgido ‘comunidades telemáticas’³³ que a través del ciberespacio interactúan no solo con la tecnología, también con personas de lugares y contextos cercanos o remotos.

Por otra parte Valiente destaca unos usos que no se limitan al entretenimiento o al contacto con fines de conocer otras personas, también estos nuevos escenarios de interacción han facilitado la conformación de redes de conocimiento, aprendizaje e investigación, en lo que el autor identifica ya no como la transmisión de información, característica de los *mass media*, sino como “continuidad de pensamiento activo y vivo (...) la comunicación del saber está abierta a todos los miembros, Internet y las otras formas de comunicación *on line*”³⁴; se refiere así a

³² DE MORALES, Op. Cit. p. 218.

³³ Categorización utilizada por Francisco Javier Valiente en su artículo Comunidades virtuales en el ciberespacio para definir al tipo de comunidades que encuentran su lugar de existencia en Internet.

³⁴ VALIENTE, Op. Cit. p. 139.

un tipo de comunicación en todas las direcciones y no en una sola como se había visto con los medios tradicionales.

Con el nacimiento de la web 2.0, se refuerza la idea de interactividad-participación y se plantea ese desafío a la visión jerárquica y unidireccional. En el caso de la radio en línea el oyente además de acceder a los contenidos, es generador de los mismos, ya sea a través de sus diálogos en chats y foros, subiendo material a redes como youtube o por medio de blogs y podcast.

Dentro de la gama de opciones que propone el ciberespacio es posible establecer una clasificación de los tipos de comunidades que en él se han conformado³⁵; es así como se destacan principalmente cuatro, no obstante y dada la rapidez con que se registran los cambios, es posible que surjan muchas más.

Las primeras son las Comunidades de debate y discusión en tiempo real. Específicamente hacen referencia a canales de discusión a través de aplicaciones de chat o Irc, en una forma de contacto que puede ser escrita, vista u oída con el uso de webcam y un micrófono. Las emisoras se han valido de esta herramienta para mantener un acercamiento con su audiencia, mientras emiten en tiempo real, ellos van opinando sobre los temas, programando canciones e incluso visualizando imágenes.

A diferencia de las anteriores, que por lo general son más esporádicas, existen otras comunidades como las de socialización, información, discusión o juego que

³⁵ La clasificación que se toma como referencia para el presente proyecto se deriva de lo propuesto por Francisco Javier Valiente en su artículo Comunidades virtuales en el ciberespacio; quien a su vez retoma algunas tipologías planteadas por Paolo Ferri.

se valen de las aplicaciones ofrecidas en internet; Valiente las enumera como chat, grupos de noticias, listas de correo, espacios para páginas personales, paneles de mensajes.

A partir de ahí se establecen relaciones donde el usuario suministra mayor información personal a fin de poder acceder. “Los que forman parte de ellas lo hacen conscientes de querer aprovechar las posibilidades de la Red para establecer relaciones, lazos más estrechos con personas de cualquier parte del mundo. También dentro de esta categoría se pueden situar las redes cívicas, una interesante experiencia de comunidad virtual en un territorio determinado”³⁶.

Un ejemplo de este tipo de comunidades se crea a partir de las aplicaciones de Facebook como el *Social city* o *Farm ville*, en las cuales las personas crean su propia ciudad o finca y desarrollan todo tipo de actividades y roles como una representación de lo real en la virtualidad.

Las comunidades temáticas de investigación o acción política se reúnen en la web de acuerdo a intereses específicos del saber o ideologías políticas. El autor las define como un lugar de encuentro, intercambio y formación, para debatir y compartir ideas y pensamientos.

Por su parte están las Comunidades de organizaciones e instituciones que se caracterizan por el uso de un password o contraseña, su utilización a veces se limita a divulgación y comunicaciones internas, pero pueden ir más allá al cumplir

³⁶ VALIENTE, Op. Cit. p. 144.

con funciones relacionadas con el posicionamiento, el sentido de pertenencia y la posibilidad de darse a conocer al no existir fronteras en la web.

En el nuevo universo de las TIC, el rol de las audiencias cambia, en la actualidad los cibernautas navegan por un espacio lleno de alternativas, apropiándose del mundo digital al que pueden acceder de manera masiva, pero ya no condicionados por el control de los medios, sino con total autonomía de lo que quieren ver, escuchar, leer todo en un mismo sitio. De eso se trata lo multimedia que a su vez, le cambia las condiciones a las dinámicas de producción y a la manera de concebir la comunicación.

2.4. LA ÉTICA Y LOS DERECHOS DE AUTOR EN EL CONTEXTO DIGITAL

Existe en el entorno del mundo digital un aspecto que se ha interpretado como ventaja y que al mismo tiempo abre la discusión por considerarse uno de los puntos más críticos de la circulación de la información³⁷ y el conocimiento a través de la red.

La libertad para “subir” todo tipo de contenidos pone la alarma sobre la veracidad de la información que se encuentra en internet y los usos que los cibernautas dan a los mismos, así como el plagio y las violaciones a los derechos de autor. Todas estas preocupaciones aumentan si se considera que el acceso y la recepción en el medio son casi universales.

Hay quienes destacan la importancia de una ética en todas las actividades que se desarrollan en el ciberespacio y que no se limita solo a periodistas, también aplica

³⁷ Información en este contexto hace referencia a textos escritos, videos, imágenes y audios.

a todas las personas que acceden libremente al mismo y a quienes definen las políticas de conectividad, especialmente en países menos desarrollados. Casasús³⁸ propone partir de tres miradas, una de ellas es la ética del acceso a la red que garantiza el respeto y las oportunidades de expresión y divulgación de las manifestaciones de grupos como por ejemplo las minorías.

Este punto se relaciona con lo planteado por García Posada³⁹, quien llama la atención sobre la brecha tecnológica que existe en el mundo derivada de unos “modelos” de desarrollo, que impiden que todas las personas tengan la oportunidad de acceder a internet, pues no existen políticas para la puesta en marcha de una infraestructura que permita la conexión a dicho medio. Casasús menciona además de los poderes públicos, los económicos y los corporativos.

La ética de la recepción digital, pone énfasis en el respeto por esos usuarios-receptores. Dado que se garantiza el acceso, es fundamental además, un tipo de responsabilidad por los contenidos que se publican. Respecto a esto, García Posada menciona “la trasgresión, la vulgaridad y la violencia”, como unas formas latentes en el escenario virtual.

Una tercera mirada va dirigida específicamente al ejercicio periodístico, la ética de la función periodística en la era digital propone nuevos principios⁴⁰ para los profesionales de la comunicación, además de los establecidos tradicionalmente. Estos se derivan de las dos dimensiones expuestas en los párrafos anteriores.

³⁸ CASASÚS, Josep María. Perspectiva ética del periodismo electrónico. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en internet: http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-3-Pone/7-3-03.htm

³⁹ GARCÍA, Juan José. Un dilema ético actual: Al servicio del protagonista expectante. p.1 Ponencia presentada por el autor en la reunión de expertos en comunicación del Consejo Episcopal Latinoamericano. Bogotá, 10, 11 y 12 de marzo de 2008.

⁴⁰ Principios planteados por José María Casasús, Op. cit. p. 3. Las tres dimensiones éticas en el periodismo digital, que pueden aplicarse al caso de la comunicación en el mundo digital de forma general.

Entre ellos se destacan asegurar la veracidad de los contenidos informativos digitales, garantizar un uso correcto de la lengua desde el principio aristotélico de que las palabras son como las medicinas: valen si producen efectos positivos y desarrollar una nueva cultura del texto basada en una amenidad responsable y en nuevas formas de periodismo literario adaptado a las prestaciones de los nuevos medios de comunicación.

En la práctica cotidiana de usos del medio, pueden evidenciarse otro tipo de situaciones que fomentan el interés por estudiar y proponer alternativas éticas y legales a fin de garantizar el manejo adecuado de las diferentes posibilidades de información, conocimiento y comunicación en el nuevo y latente escenario virtual.

2.5 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS, CONTEXTO Y EXPERIENCIAS SIMILARES EN COLOMBIA

Ha sido realmente significativo el crecimiento de las radios universitarias en Colombia hasta el punto en que hoy existe una oferta de más de una treintena de emisoras de este tipo entre frecuencias virtuales y convencionales.

En la región, la Universidad Industrial de Santander ha consolidado su propuesta radial a través de sus emisoras UIS Estéreo y UIS A.M., posicionadas como medios de difusión del pensamiento y de las actividades que se viven tanto en la universidad como en la ciudad, especialmente a nivel cultural.

Es tan fuerte el impacto y el papel que juega la radio universitaria hoy por hoy, que en el 2003, en la ciudad de Bucaramanga, se creó la Red de Radio Universitaria

de Colombia (RRUC) para seguir trabajando alrededor de un proyecto formador que contribuya a crear una sociedad mejor informada y educada.

Con la llegada de las nuevas tecnologías de información y comunicación TIC, las emisoras de las universidades han entrado en la era de la digitalización dando paso a grandes cambios, al empezar a funcionar, en algunos casos, simultáneamente a través del espectro y el ciberespacio.

En Colombia, la historia de la radio universitaria a través de Internet, según las pocas referencias que existen hasta el momento, se remonta a “Radio Altair”, emisora virtual de la Universidad de Antioquia que opera desde el año 2001 y que actualmente ofrece una parrilla de programación que constituye un buen ejemplo de trabajo participativo entre profesores y estudiantes, quienes se han apropiado de espacios para hablar de lo que ocurre en el país y en el mundo. Temas ecológicos, políticos, urbanos, económicos y deportivos se tratan en programas como: Testamento de la Palabra, El Ágora, Franja U, Periferia deportiva, Opina U y se mezclan con franjas de música, lo que ha generado un impacto significativo en la comunidad universitaria y a nivel nacional.

Otra experiencia de radio virtual universitaria que se está consolidando es la Emisora virtual de la Universidad Pedagógica de Colombia, una propuesta educomunicativa cuya base es la participación en estrecha relación con la pedagogía. Un espacio abierto en donde convergen los diferentes modos de vivir y de pensar la universidad.

La U.S.A Radio Virtual 88.1 FM, de la Universidad Sergio Arboleda, que funciona desde el 2005, actualmente cuenta con una parrilla de programación que incluye siete (7) programas de temas informativos, culturales y deportivos, aunque el mayor espacio es destinado a franjas musicales de diversos géneros.

El incremento en el número de emisoras universitarias en Colombia cuya plataforma es Internet, responde a la oportunidad de tener un medio que a bajos costos, permita consolidar un sentido de identidad de las instituciones, a través de la difusión de temas de interés académico y cultural, que expresen las necesidades de la cotidianidad universitaria.

Sin embargo, la tarea de la radio en la era de la digitalización apenas inicia. De acuerdo con el documento de creación de la emisora virtual de la Universidad Pedagógica Nacional “aunque un alto porcentaje de emisoras universitarias establecen que realizan actividades enfocadas en la educación, sólo se limitan a la realización de campañas que promueven los valores culturales, cívicos y ciudadanos”⁴¹. El balance sobre la programación, aunque no es negativo, sí deja ver que es necesario trabajar en conjunto, puesto que de acuerdo con esta Universidad “un 26% de la programación está orientada hacia el entretenimiento, un 24% es de carácter informativo, y tan sólo un 15% es educativa”⁴².

Es precisamente esa la razón que debe motivar la realización de un trabajo participativo, que fomente la difusión de lo académico, lo cultural, la ciencia y la educación, desde estos medios de comunicación.

⁴¹ PABÓN, Andrea. Propuesta para la creación de la emisora virtual de la Universidad Pedagógica Nacional. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana, 2007. p. 46.

⁴² Ibid., p. 48.

La radio virtual plantea grandes retos a las Universidades debido a características como la interactividad y la posibilidad de encontrar en estos espacios no sólo una emisora, sino un portal que permita el acceso a una fonoteca, la audición tanto en directo como en diferido de las emisiones, entre otras ventajas; razones que determinan nuevos parámetros para los procesos de realización, transmisión y recepción.

Como señala María del Pilar Martínez, “el presente y el futuro de la tecnología de la radio es digital. Éste es un camino sin retorno (...) la era digital supone para la radio no sólo una adaptación tecnológica, sino el desafío de integrarse a otros medios, de verse atravesada por otros servicios y simultáneamente seguir ofreciendo la magia del sonido ahora digital que no conoce fronteras”⁴³. La universidad se convierte así en ente fundamental dentro de ese proceso.

Es importante señalar que en Colombia los desarrollos de la radio virtual y en particular de este tipo de radios con carácter universitario, han estado orientados más hacia la implementación y puesta en marcha de nuevas emisoras, que a la investigación y el estudio de su funcionamiento y transformaciones, lo que agrega mayor relevancia al presente trabajo.

2.6 DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO, LA CIENCIA Y LA CULTURA DESDE UNA RADIO PARTICIPATIVA Y EDUCOMUNICATIVA

⁴³ MARTÍNEZ, María del Pilar. La radio en la era digital. Madrid: El País Aguilar, 1997.

El proyecto comunicativo de toda estación radial se expresa en su apuesta misional y se hace tangible a través de su *parrilla de programación*. De acuerdo con Jeanine El’Gazi, “la programación de una emisora es la concreción del tipo de proyecto radial que se propone el ente institucional. Constituye una estructura de programas que se emiten diaria, semanal y mensualmente y se plasma en lo que se conoce como *la parrilla de programación*. Ésta debe tener en cuenta el tipo de proyecto específico de la emisora y las audiencias a las cuales se busca llegar. Las programaciones se segmentan según los hábitos y los horarios de consumo de medios de las audiencias”⁴⁴.

Los postulados de la autora colombiana alrededor de la construcción de una parrilla de programación, plantean la posibilidad única de constituir, desde la emisora de una universidad, un proyecto comunicativo radiofónico en donde se vean reflejados todos los estamentos de la comunidad universitaria, a partir de sus propios intereses, imaginarios y expectativas para el consumo y la difusión de contenidos de corte académico; aspectos que se deben explorar de manera creativa más aún cuando se trate de una propuesta que utilice al medio virtual como plataforma para la emisión.

Y es que la redefinición de la radio universitaria desde la virtualidad debe plantearse no sólo desde la utilización de una tecnología digital para la transmisión de sonido, sino también desde la consolidación de una propuesta participativa que contemple los intereses de una audiencia local, proyectada hacia lo global y que potencialmente se constituya en productora de contenidos.

⁴⁴ EL’GAZI, Op. Cit. p. 23.

Este panorama sugiere nuevos desafíos a las radios universitarias que operan desde la virtualidad, en tanto que no sólo deben garantizar el desarrollo de contenidos que respondan a su naturaleza educomunicativa sino que además ofrezcan otras exploraciones narrativas, estéticas, tecnológicas y en la interacción con los oyentes para responder al carácter global de la propuesta.

La educomunicación, desde esta perspectiva, se constituye en referente teórico fundamental para el desarrollo de propuestas que procuren la utilización de los medios de comunicación en contextos educativos.

Pero la educomunicación, enfoque que reflexiona y plantea propuestas para el abordaje pedagógico, metodológico y didáctico del vínculo entre la educación y la comunicación, va más allá del uso instrumental de los medios en ámbitos formativos. Bien lo dijo Mario Kaplún, uno de los maestros de la educomunicación, al señalar que “esta opción tiene su correlato en comunicación, entendida y definida como diálogo e intercambio en un espacio en el cual, en lugar de locutores y oyentes, instaura interlocutores”⁴⁵.

Con los vertiginosos desarrollos de las tecnologías digitales, responder a este reto de consolidar a los medios que se ubican en contextos educativos como auténticos espacios de interlocución resulta una empresa que demanda el diseño de estrategias creativas que promuevan y garanticen la participación de los diferentes estamentos de las instituciones de formación. De acuerdo con Martín-Barbero “el desafío es cómo implantar (...) un ecosistema comunicativo que contemple al mismo tiempo: experiencias culturales heterogéneas, el entorno de

⁴⁵ KAPLÚN, Mario. De medios y fines en comunicación. En: Revista Chasqui No. 58, Junio de 1997. Disponible en internet: <http://www.comunica.org/chasqui/kaplun.htm>

las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, además de configurar el espacio educacional como un lugar donde el proceso de aprendizaje conserve su encanto”⁴⁶.

En conclusión, los proyectos radiales de las Universidades a través de Internet, se constituyen en espacios importantes para la difusión de la ciencia, el conocimiento y la cultura, sin las presiones económicas y legales que demanda otro tipo de frecuencias y permiten además el desarrollo de procesos de integración de los diferentes estamentos de las comunidades universitarias, desde una mirada académica, pluralista e interdisciplinar; aspectos que están fortaleciendo ese carácter participativo que ha tenido la radio desde su creación y que están redefiniendo la noción tradicional de este tipo de medios.

⁴⁶ Citado por VALDERRAMA, C. (Editor). Comunicación – educación. Coordenadas, abordajes y travesías. Bogotá: Siglo del hombre, 2000.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para este proyecto de investigación se adoptó el **enfoque cualitativo** porque se trató de comprender una realidad social desde la mirada de los actores involucrados; en este caso, la propuesta educomunicativa que subyace a una radio virtual de una universidad.

El enfoque cualitativo se caracteriza por tener un diseño emergente, estructurado, como señala Sandoval: “a partir de los sucesivos hallazgos que se van realizando durante el transcurso de la investigación”⁴⁷. Esto supone que en este enfoque, el análisis es permanente y se realiza desde el comienzo mismo de la investigación.

“Asumir una óptica de tipo cualitativo comporta, en definitiva, no solo un esfuerzo de comprensión, entendido como la captación, del sentido de lo que el otro o los otros quieren decir a través de sus palabras, sus silencios, sus acciones y sus inmovilidades a través de la interpretación y el diálogo, si no también, la posibilidad de construir generalizaciones, que permitan entender los aspectos comunes a muchas personas y grupos humanos en el proceso

⁴⁷ SANDOVAL, Carlos. Investigación cualitativa. Programa de especialización en teorías, métodos y técnicas de investigación social. Bogotá: ICFES-ASCUN, 1996. Pág. 30

*de producción y apropiación de la realidad social y cultural en la que desarrollan su existencia*⁴⁸.

Dadas las características de la situación problemática formulada y del contexto escogido para el análisis, se propuso un **diseño de investigación acción (IA)**, porque este proyecto implicó un ejercicio de intervención en una realidad social para su comprensión y la formulación de propuestas.

Como se mencionó anteriormente, esta investigación se enmarcó en el contexto de una emisora virtual universitaria en construcción, lo que ofreció elementos para el desarrollo de una propuesta dialógica y transformadora, características fundamentales de la IA.

En este tipo de investigación cualitativa, se adopta un modelo de construcción de conocimiento a partir del empoderamiento de los actores en el proceso de comprensión de su realidad, así como en la incorporación de estrategias del tipo aprender haciendo, orientadas, según Sandoval “a posibilitar que los protagonistas realicen un trabajo sistemático y riguroso de registro y análisis de las percepciones, testimonios, juicios y comprensiones que son aportados por todos aquellos que son convocados para intervenir en las distintas fases de la investigación, desde su diseño, hasta su uso; pasando por, su implementación y desarrollo”⁴⁹.

⁴⁸ Ibid, pág. 32.

⁴⁹ Op. Cit. Pág. 70

Y es que como planteó Kurt Lewin desde los años 40, éste es el tipo de investigación “emprendida por personas, grupos o comunidades que llevan a cabo una actividad colectiva en bien de todos (...) la Investigación acción consiste en una práctica reflexiva social en la que interactúan la teoría y la práctica con miras a establecer cambios apropiados en la situación estudiada y en la que no hay distinción entre lo que se investiga, quien investiga y el proceso de investigación”⁵⁰.

En Colombia, Restrepo ha incorporado el modelo de tipo espiral de la IA para el desarrollo de investigaciones que acojan este diseño en contextos educativos, el cual será adoptado en este proyecto.

*“El trabajo continuo con varios grupos o cohortes de maestros investigadores ha permitido construir un prototipo de Investigación acción educativa particular en el cual la primera fase se ha constituido como una **deconstrucción** de la práctica pedagógica del maestro, la segunda como una **reconstrucción** o planteamiento de alternativas y la tercera como **evaluación** de la efectividad de la práctica reconstruida”⁵¹.*

La estructura del diseño IA que aquí se propuso contempló, en ese sentido, una fase inicial de “deconstrucción” en donde se pretendió constituir la línea de base del contexto en el que se ubica la investigación. Una fase posterior de

⁵⁰ LEWIN, Kurt. Action research and minority problems. Journal of Social Issues, 2. 1946.

⁵¹ RESTREPO, Bernardo. Una variante pedagógica de la investigación-acción educativa. Revista Iberoamericana de Educación, Versión electrónica, diciembre de 2002. Disponible en Internet en: <http://www.rieoei.org/deloslectores/370Restrepo.PDF>

“reconstrucción”, en la que se adelantaron las acciones de formación y recolección de información con los actores involucrados en el proyecto de la emisora virtual universitaria. Y una fase final de “evaluación” que apuntó a la construcción y evaluación de la propuesta educomunicativa que sustente a la radio.

3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Durante el desarrollo del diseño de investigación acción propuesto y en cada una de sus fases, se adoptaron las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de información:

3.2.1 Fase 1 – Deconstrucción:

3.2.1.1 Encuesta etnográfica: Esta técnica permitió la aplicación de un instrumento de recolección de información dirigido a una muestra amplia de la comunidad universitaria, con el propósito de conocer hábitos de consumo, preferencias y expectativas que permitieran establecer un punto de partida frente al proyecto de la emisora virtual. (Anexo A). Se aplicó a 80 miembros de los diferentes estamentos de la comunidad universitaria (Estudiantes, profesores y administrativos).

3.2.2 Fase 2 – Reconstrucción:

3.2.2.1 Talleres investigativos: Debido al componente participativo propio de la IA y a la naturaleza de este proyecto de investigación, se hizo necesario el diseño y la realización de talleres que apuntaran a la formación de capacidades que propicien el empoderamiento de la comunidad universitaria frente a la emisora virtual. En ese sentido, los talleres investigativos permitieron la conformación de colectivos de realización radiofónica, al tiempo que se constituyeron en espacios importantes para la identificación de los imaginarios y la construcción de propuestas frente al proyecto educomunicativo que espera la comunidad universitaria para la emisora virtual. Se realizaron tres talleres con un mínimo de 16 y un máximo de 23 estudiantes por jornada y se definió una temática específica para cada encuentro. (Anexo B).

3.2.2.2 Observación participante: El desarrollo de esta técnica ofreció la posibilidad de realizar una caracterización del contexto socio cultural de los actores que hacen parte del proceso, a partir de la observación de las situaciones y relaciones que rodean a algunos de los espacios representativos de la comunidad universitaria, en el marco de los talleres investigativos. (Anexo C).

3.2.3 Fase 3 – Evaluación:

3.2.3.1 Grupos focales: El carácter dialógico de la IA exigió la necesidad de implementar técnicas que propiciaran la discusión de los actores involucrados, en torno a algunas de las preguntas que orientaron la problemática a partir de la cual se originó este proyecto de investigación. La realización de grupos focales, de esta manera, posibilitó espacios de reflexión colectiva entre actores claves de la comunidad universitaria que resultaron valiosos para la evaluación y validación de

propuestas orientadoras del proyecto educomunicativo para la emisora virtual. Se realizó un grupo focal con 6 profesores y otro con 12 estudiantes. (Anexo D)

Cuadro 1: Resumen de las técnicas e instrumentos de recolección de información

Fase	Técnicas	Instrumentos	Características
1. Deconstrucción	Encuesta etnográfica	Cuestionario	Aplicada a 80 integrantes de la comunidad universitaria (Estudiantes, docentes, administrativos) (Anexo A)
2. Reconstrucción	Talleres investigativos Observación participante	Guía de talleres Registros de observación (De los talleres)	Se realizaron tres talleres entre abril y mayo de 2010, dirigidos a estudiantes de la Universidad. (Anexos B y C)
3. Evaluación	Grupos focales	Guía de grupos focales	Se realizó un grupo focal con estudiantes y un grupo focal con docentes en mayo de 2010 (Anexo D)

3.3. VALIDEZ INTERNA

Para garantizar la validez de la información obtenida en esta investigación, luego del proceso de la sistematización y análisis de los datos se procedió a realizar una triangulación de técnicas que arrojó información determinante para la resolución de las preguntas de la investigación.

No es posible afirmar que hubo un punto de saturación de la información pues por tratarse de una investigación acción, el proceso y los resultados obtenidos necesariamente llevarán a nuevos análisis.

No obstante, la información recogida permite una descripción detallada del fenómeno estudiado y del contexto delimitado.

4. ANÁLISIS DE DATOS

La etapa de análisis de los datos nos obligó a adaptar la categorización inductiva. Para esto recurrimos a Elssy Bonilla y Penélope Rodríguez. Estas autoras afirman que dicho proceso permite “reducir el volumen de información, ordenándola en torno a patrones de respuesta que reflejan los principales parámetros culturales que estructuran el conocimiento del grupo estudiado”⁵². En especial este procedimiento permite un proceso de *Categorización Descriptiva* que de acuerdo con las autoras consiste en “fraccionar la información en subconjuntos y asignarles un nombre o código”⁵³.

Una vez definidas las categorías de análisis fue necesario detenernos en el momento de Análisis descriptivo. Para ello se diseñaron matrices de análisis cuya estructura se define así: *Categoría, Definición, Memorandos descriptivos* con fragmentos significativos de la información obtenida de los participantes y *Memorandos de análisis*. Tanto las categorías como los memorandos de análisis inducen a unas primeras reflexiones sobre la manera como se expresa dichas categorías en la técnica implementada.

El análisis descriptivo se complementa con unas matrices de relaciones categoriales en donde, como la denominación lo indica, se correlacionaron algunas de las categorías identificadas previamente, siguiendo el mismo procedimiento adoptado en el momento anterior.

A continuación se presentan las matrices de análisis aplicadas en cada una de las técnicas desarrolladas.

⁵² BONILLA CASTRO, Elssy y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope. Más allá del dilema de los métodos. La Investigación en Ciencias sociales. Bogotá: Ediciones Uniandes. Grupo editorial Norma, 2005. p. 132

⁵³ Ibid., p. 137

4.1 Encuesta etnográfica

4.1.1. Análisis encuesta etnográfica y categorización

La encuesta se aplicó a 80 miembros de los diferentes estamentos de la comunidad universitaria distribuidos en un muestreo por conveniencia entre Estudiantes, profesores y administrativos. (Anexo A). El siguiente cuadro resume las preguntas formuladas, agrupa los tipos de respuestas encontradas en cada una de ellas y lo ilustra a través del uso de descriptores (ejemplos de respuestas específicas).

Con base en este procedimiento, surgieron las categorías que orientaron el segundo momento del análisis. Algunas de estas categorías no fueron analizadas en esta primera técnica por cuanto la información obtenida no permitía un mayor nivel de profundización. No obstante, se logró recabar mayor información en las técnicas aplicadas posteriormente (Talleres, observaciones y grupos focales) y por tanto hacen parte del análisis categorial subsiguiente. Finalmente, la categoría “Guión radiofónico” no fue obtenida de la encuesta etnográfica sino de un tema específico abordado en el taller 3 (Anexo B).

A partir de los hallazgos de la encuesta surgieron 16 categorías analizadas y algunas de ellas correlacionadas en las técnicas de la encuesta, los talleres, las observaciones y los grupos focales como se expone a continuación:

Cuadro 2.

4.1.2 Tipos de respuesta y categorías emergentes

Pregunta	Tipos de respuesta	Descriptor	Categorías emergentes
¿Cuál es la principal razón por la que accede a internet y por qué?	<i>Información</i>	“Para acceder a documentos informativos sobre temas diferentes”	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y educación
	<i>Comunicación</i>	“Comunicarme con las personas conocidas y no conocidas”	
	<i>Entretenimiento</i>	“Jugar y chatear”	
	<i>Investigación y consulta</i>	“Por investigar temas que desconozco”	
¿Qué tipo de contenido consume usted a través de internet?	<i>Periódicos</i>	“Noticias, Colciencias, unired y otros estamentos”	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidades virtuales
	<i>Redes sociales</i>	“Lo que más visito son páginas de interés, google, páginas de universidades, paginas internacionales, youtube y facebook”	
	<i>Motores de búsqueda</i>	“Correo, MSN, google, yahoo”	
	<i>Información, amigos</i>	“Facebook, MSN”	
¿Qué tipo de música escucha a través del computador o por Internet y	<i>Vallenato, rock, pop, etc</i>	“Vallenato, reggaetón, pop, salsa, rock, porque me gusta y me divierte”.	Esta pregunta no arrojó una categoría de análisis.

Pregunta	Tipos de respuesta	Descriptor	Categorías emergentes
por qué prefiere ese género?			
¿Qué conocimiento y opinión tiene de las emisoras que operan exclusivamente por internet?	<i>Cobertura global</i>	“Que son de gran importancia porque completan la información y tiene una ventaja muy grande que se puede sintonizar en cualquier parte del mundo”	<ul style="list-style-type: none"> • Radio Virtual
	<i>Contenido diverso e interactivo</i>	<p>“Es realmente bueno, debido a que por este medio se logra escuchar muchas notas de interés, de diferentes países o ciudades del mundo”</p> <p>“Muy interactivo, algunas con un buen contenido de información, otras son muy ofensivas con un contenido regular”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interactividad y participación
¿Cuáles considera usted son las ventajas de una emisora que opera exclusivamente por internet?	<i>Comodidad</i>	“Facilidad de acceso, extensión de horarios, facilidad de interacción”	<ul style="list-style-type: none"> • Hipertextualidad
	<i>Acceso</i>	“Las ventajas es que no tiene límites de cobertura,	

Pregunta	Tipos de respuesta	Descriptor	Categorías emergentes
		pueden emitir a cualquier parte del mundo”	
	<i>Contenido</i>	“Mayor contacto con la información tanto auditiva como visual, es ágil y didáctica”	
¿Cuáles considera usted son las desventajas de una emisora que opera exclusivamente por internet?	<i>Competencia</i>	“Que excluye a cierto tipo de personas que no tengan recursos para acceder al internet, a diferencia de las emisoras comerciales”	<ul style="list-style-type: none"> • Radio comercial
	<i>Falta difusión</i>	“Que les falta un poco de publicidad ya que la gente no las conoce por lo tanto no acceden a ellas”	<ul style="list-style-type: none"> • Carácter masivo
¿Qué contenido considera usted debería contemplar la emisora virtual de esta Universidad?	<i>Información académica e institucional</i>	“Información sobre los encuentros de la U, conocimiento de cultura general, invitar a los estudiantes, profesores y administrativo a participar e integrarlos a la emisora”	<ul style="list-style-type: none"> • Programación
	<i>Educación</i>	“Información novedosa, de tecnología, de avances investigativos, de	<ul style="list-style-type: none"> • Programación educativa

Pregunta	Tipos de respuesta	Descriptor	Categorías emergentes
		discusión política”	
	<i>Educación y cultura</i>	“Además de música, alcances o logros solicitados que estén afectando a la universidad o a la ciudad como tal, hablar sobre cultura en la ciudad”	<ul style="list-style-type: none"> • Programación educativa y cultural
	<i>Diversidad de contenidos</i>	“De todo, porque se deben tocar diferentes clases de temas, toda clase de programas pero bien realizados”	<ul style="list-style-type: none"> • Narrativa y lenguaje radiofónico
	<i>Programas específicos</i>	“Programas de información donde el estudiante pueda debatir sus inquietudes , obviamente su espacio musical e información de primera mano”	<ul style="list-style-type: none"> • Géneros y formatos
	<i>Función social</i>	“Música, secciones de deportes, para divulgar actividades internas, espacios de formación personal, espacios de orientación a la	<ul style="list-style-type: none"> • Funciones de la radio

Pregunta	Tipos de respuesta	Descriptor	Categorías emergentes
		comunidad, actividades de integración, divulgación de conocimiento científico”	
<p>¿Qué propuestas debe desarrollar la emisora virtual de esta universidad para estimular la participación de la comunidad universitaria en la estación?</p>	<p><i>Integración de la comunidad universitaria</i></p>	<p>“Involucrar a los estudiantes para tener valoración de horas libres, identificar los gustos musicales de los estudiantes, involucrarse en lo administrativo y técnico como prácticas, incentivar actividades extensivas a las familias de la comunidad universitaria”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Participación
	<p><i>Innovación y creatividad</i></p>	<p>“Claras propuesta claras para integrar las diferentes facultades a hacer parte de la programación, que la emisora suene a UPB, que sea dinámica, que no aburra a la audiencia y mucha información actualizada”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Radio universitaria

Cuadro 3.

4.1.3 Matriz de análisis Encuesta etnográfica

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Radio virtual	Una estación de radio desde la virtualidad no se puede limitar a la simple emisión de sonidos a través del uso de otra tecnología, por cuanto esto mismo supone la implementación de nuevos lenguajes, estéticas, narrativas y formas de interrelación con las audiencias, ya no	<p>“Muy interactivo, algunas con un buen contenido de información, otras son muy ofensivas con un contenido regular”.</p> <p>“Gran información de acuerdo al estilo de vida y situación geográfica en que se encuentra”.</p> <p>“Son emisoras de calidad, al alcance de todos los cibernautas, aunque poco</p>	La naturaleza de una emisora virtual supone nuevas características por tanto se reconoce como otra alternativa de comunicación a la cual pueden acceder a través de la web, incluso mientras realizan diversas actividades en el computador; y en donde se rompen las fronteras geográficas, se ofrecen más contenidos interactivos y

	<p>sólo locales sino también globales.</p> <p>Así mismo, una radio <i>On line</i> ofrece una serie de contenidos personalizados, estos además se nutren de valores agregados, entre ellos la imagen o el hipertexto, permitiendo la profundización de los temas ofrecidos a la carta y almacenados en fonotecas, listos para ser escuchados o descargados en cualquier momento.</p>	<p>conocidas, pues el gancho es la emisora común que además se puede acceder en la web, pero como segunda opción”.</p> <p>“Son otra alternativa de comunicación efectiva pues opera por demanda”.</p> <p>“La mayoría no tiene objetivos claros y son realizadas por gente que no sabe de radio”.</p> <p>“Son muy poco escuchadas por la poca publicidad que se ha dado”.</p> <p>“En algún tiempo escuchaba la W por internet, pero la señal fallaba y luego fue difícil acceder por lo cual no la seguí escuchando. Pienso que es una buena opción para estar al día y</p>	<p>posibilidad de acceso a los mismos, de acuerdo a intereses particulares y a cualquier hora.</p> <p>Sin embargo, los encuestados destacan aspectos como la falta de estrategias de divulgación o publicidad de las emisoras que operan exclusivamente por internet para darse a conocer; así como el auge de emisoras creadas por personas que no conocen del medio y de acuerdo a esto la proliferación, en algunos casos, de contenidos que carecen de objetivos y de criterios narrativos y estéticos.</p> <p>Los problemas de calidad en la</p>
--	---	--	---

		<p>contar con un medio cercano en el momento del trabajo; lo importante es que funcione bien”.</p> <p>“Las emisoras virtuales permite un mejor acceso ya que se puede escuchar los contenidos en cualquier lado y a toda hora”.</p> <p>“Algunas son muy buenas, existen unas extranjeras que tiene muy buen contenido y música”.</p> <p>“en muchos casos pueden tener contenidos vulgares”.</p>	<p>conexión y la señal también son otros aspectos que se enuncian.</p>
Programación	<p>Por naturaleza, las radios universitarias abordan dentro de su programación,</p>	<p>“Propuestas claras para integrar las diferentes facultades a hacer parte de la programación, que la emisora suene a UPB”.</p>	<p>La radio universitaria constituye un espacio propicio para la divulgación de información de corte</p>

	<p>contenidos que promuevan los pilares de la educación superior: la investigación, la extensión y la docencia. En ese sentido, una emisora universitaria debe desarrollar dentro de su programación, contenidos educativos que permitan constituir a la estación en una herramienta que apoye los procesos de docencia que impulse la institución pero también de divulgación de las acciones de investigación y extensión que adelante.</p>	<p>“divulgar actividades internas, espacios de formación personal, espacios de orientación a la comunidad, actividades de integración, divulgación de conocimiento científico”.</p> <p>“Relacionar más y ampliar nuevas temáticas dentro fuera de la universidad para darse a conocer (cultura y deportes)”.</p> <p>“Realizar diferentes programas para diferentes carreras, difundir seminarios y actividades gratuitas”.</p> <p>“Proyectar en vivo, actualidad, noticias, deportes y lo que suceda en la UPB”.</p>	<p>académico, científico y social; además brinda la oportunidad de promocionar las actividades de la institución y de las respectivas carreras.</p> <p>Se resalta por otra parte el interés por los contenidos musicales y deportivos, la tecnología y los temas de actualidad.</p> <p>La radio universitaria debe caracterizarse por la diversidad en su propuesta de programación.</p>
--	---	--	--

		<p>“Información de la universidad, eventos, noticias, debates, invitados, música para todos los gustos”.</p> <p>“Información novedosa, de tecnología, de avances investigativos, de discusión política”.</p>	
Interactividad y Participación	<p>La interactividad y la participación son aspectos destacados por la comunidad encuestada como elementos fundamentales de las radios virtuales universitarias. Se les considera, quizás, como los principales valores agregados de este tipo</p>	<p>“Son excelentes, mayor participación de los oyentes, se retroalimenta con mayor rapidez los gustos y sugerencias”.</p> <p>“Se puede interactuar mucho más sobre los temas”.</p> <p>“Creación de espacios de opinión, charlas, anuncios, eventos y motivación para la participación de los mismos”.</p>	<p>Una de las principales características de la comunicación a través de internet es la interactividad; pues brinda la opción a los usuarios de acceder a los contenidos de manera selectiva, de participar en los foros y espacios de opinión y más allá, de ser generadores de nuevas informaciones utilizando las nuevas</p>

	<p>de emisoras, en tanto promueven la integración de los diferentes públicos y además la vinculación de estos con los productores de las emisoras a través de las herramientas que ofrecen las TIC.</p>	<p>“Se interactúa con las redes sociales”.</p> <p>“Interacción con la emisora y la universidad”.</p> <p>“Los estudiantes pueden ser los mismos reporteros”.</p> <p>“Posibilidades de participación”.</p> <p>“Algo que estimula la participación”.</p> <p>“Facilidad de interacción”.</p> <p>“Debe ser interactiva y crear un lazo entre los estudiantes, directivos y los administradores de la emisora”.</p> <p>“Participación de estudiantes de diferentes facultades con temas de interés”.</p>	<p>tecnologías.</p> <p>La interactividad relacionada con la participación permite según los encuestados tener una retroalimentación inmediata y mayor contacto con otros internautas.</p>
--	---	--	---

<p>Comunidades virtuales</p>	<p>Es reiterativo el uso de comunidades virtuales y redes sociales a través de internet por parte de los actores encuestados. Al utilizar y reconocer que hacen parte de este tipo de comunidades, se observa la posibilidad de que una radio virtual universitaria se constituya en elemento mediador para la construcción de nuevas comunidades virtuales. No importan rasgos como el idioma, las costumbres o la religión porque todos se reconocen miembros de una comunidad como</p>	<p>“Para ingresar a las paginas como facebook, Hotmail y utilizar el MSN”.</p> <p>“Hablar con amigos”.</p> <p>“Ingreso a internet por comunicación”.</p> <p>“Me gustan los juegos online y acceder a mi perfil en facebook”.</p> <p>“Relacionarme con la gente”.</p> <p>“Comunicación con mis amigos y familiares”.</p> <p>“Ingreso a facebook y msm”.</p> <p>“Por mantener, conectarme a una red global de personas”.</p> <p>“Comunicarme con las personas conocidas y no conocidas en</p>	<p>Los encuestados resaltan que una de las principales razones por las que acceden a internet es por ingresar a las diferentes redes sociales.</p> <p>La red es el nuevo escenario de interacción y de relación entre los seres humanos; quienes conforman comunidades entorno a intereses o afinidades particulares académicas o sociales. Por otra parte la posibilidad de cortar distancias y el fácil acceso hace que las personas utilicen internet como un medio de comunicación incluso visual, a través del msn o chats; utilizando además una webcam o un micrófono.</p>
------------------------------	---	---	---

	<p>sucede en el caso de redes de gran impacto como Facebook o Twiter, han surgido ‘comunidades telemáticas’ que a través del ciberespacio interactúan no solo con la tecnología, también con personas de lugares y contextos cercanos o remotos.</p>	<p>horas inapropiadas y en momentos que no pueda comunicarme con ellos de frente, ni vía telefónica”.</p> <p>“Entro por redes sociales”.</p> <p>“MSN, facebook, dinero, twitter”.</p> <p>“MSN, facebook, youtube, google, virtualupbb”.</p> <p>“Redes sociales, académicas”.</p> <p>“Yahoo, facebook, Hotmail, YouTube, AltaVista, mega upload”.</p>	<p>Finalmente las redes sociales que por lo general son parte importante de los nuevos entornos de la radio virtual; permiten a la audiencia participar y opinar acerca de los temas y programas e incluso subir en las páginas nuevas informaciones.</p>
Hipertextualidad	<p>En el caso de la radio virtual es el hipertexto el elemento que permite organizar contenidos de manera que cada usuario acceda a ellos de</p>	<p>“No está atada a la programación, los usuarios pueden escuchar tantas veces como quieran la música o los programas. Se pueden enviar</p>	<p>Los contenidos y la información en la radio virtual no se presentan de manera lineal, lo cual resulta una característica atractiva para los usuarios; quienes a través del hipertexto</p>

	<p>acuerdo a sus necesidades y preferencias. A través de la estructura hipertextual destacada por los encuestados, se gana tiempo gracias a la inmediatez que favorece un acceso directo a la información y se puede acceder de manera autónoma a otro tipo de contenidos, no sólo sonoros.</p>	<p>enlaces a amigos por correo”.</p> <p>“La posibilidad de links para escuchar varias veces un concierto o una noticia”.</p> <p>“se pueden volver a escuchar archivos”.</p> <p>“Son más rápidas y ágiles y se pueden hacer varias cosas a la vez”.</p> <p>“Conexión con emisoras internacionales”.</p> <p>“Mayor contacto con la información tanto auditiva como visual, es ágil y didáctica”.</p> <p>“se puede ver la grabación en vivo”.</p>	<p>tienen la facilidad de acceder de manera simultánea a diferentes links, gráficos, videos o audios que les permiten profundizar, ampliar y obtener mayor información.</p> <p>De acuerdo a lo anterior se evidencian nuevas formas de relación con los medios, dado que las personas entran porque demandan determinados contenidos desde diferentes partes del planeta y en horarios diversos.</p>
--	---	--	--

Cuadro 4.

4.1.4 Relación de categorías Encuesta etnográfica

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN CATEGORIAL	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Interactividad y Participación – comunidades virtuales	Las comunidades virtuales son modos de interacción en un nuevo escenario: El ciberespacio; que utilizando soportes técnicos como un ordenador, software de conexión a la Red y aplicaciones apropiadas, crean otras formas de relacionarse con los demás, de esta manera interactúan no solo con la	“Por mantener, conectarme a una red global de personas”. “Se interactúa con las redes sociales”. “Involucrar a la comunidad como fuente de información, los estudiantes pueden ser los mismos reporteros”. “Se pueden enviar enlaces a amigos por correo, se integra	La tecnología informática y la web favorecen un grado más alto de interactividad, expresada para el caso de la radio virtual tanto en las características del hipertexto como en los espacios de intercambio de opiniones e informaciones que se generan a partir de las redes sociales. La

	tecnología, también con personas de lugares y contextos cercanos o remotos.	con las redes sociales”. “MSN, facebook, dinero, twitter”. “Es mejor la programación en directo de tal forma que pueda interactuar con la participación de la audiencia.”	creación de comunidades virtuales entorno a intereses académicos, de entretenimiento o sociales conllevan a nuevas formas de participación y relación entre las personas.
Programación- Hipertextualidad	Las radios universitarias abordan dentro de su programación, contenidos que promuevan los pilares de la educación superior: la investigación, la extensión y la docencia. Una radio universitaria virtual le aporta nuevas características a los contenidos relacionadas con la forma de acceso.	“Que los contenidos se manejan ágilmente, se puede escuchar en cualquier momento y se puede interactuar mucho más sobre los temas”. “No está atada a la programación, los usuarios pueden escuchar tantas veces como quieran la música o los programas. Se pueden enviar enlaces a amigos por correo”. “Mayor contacto con la	El nuevo usuario de la red exige un contenido determinado al cual accede por intereses diferenciados, de igual manera ha cambiado la forma como las personas se informan y esta es una característica relevante para organizar la programación de una emisora virtual. Por otra parte el hipertexto aporta

		<p>información tanto auditiva como visual, es ágil y didáctica”.</p> <p>“Las emisoras virtuales permite un mejor acceso ya que se puede escuchar los contenidos en cualquier lado y a toda hora”.</p>	<p>ese nuevo lenguaje que permite codificar y vincular diversos enlaces facilitando un acceso rápido a una información que la audiencia consulta en forma de autoservicio.</p>
--	--	---	--

4.2 TALLERES

Cuadro 5.

4.2. 1 Matriz de análisis Taller 1 (Tema del taller: Imaginarios frente a la radio)

Tres preguntas orientaron la discusión en este taller:

1. ¿Para mí qué es la radio?
2. Ahora que conozco un poco más sobre la naturaleza de la radio, ¿qué nueva percepción tengo sobre este medio? ¿Cómo se modificó mi definición anterior?
3. ¿Para qué sirve el lenguaje radiofónico?

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Funciones de la radio	Los participantes destacaron las funciones tradicionales de los medios de comunicación, que se extienden a una emisora virtual de carácter universitario. En ese sentido, informar, educar y	“La radio no es solo un invento o un medio de comunicación, sino que alrededor de ella se teje todo un proceso cultural desde un lenguaje como la expresión de contexto social”. “Es un medio que nos da una forma de poder saber, conocer,	La naturaleza del medio radial hace que su función trascienda la transmisión de información para convertirse en un medio de comunicación capaz de expresar aspectos culturales y educativos.

	<p>entretener fueron las funciones más destacadas en este primer taller.</p> <p>El incluir una serie de experiencias individuales y colectivas de los productores; así como de la audiencia que recibe los mensajes; permite que se cumplan una serie de funciones que van más allá de la difusión- información logrando movilizar, educar y comunicar diversos aspectos de las diferentes culturas</p>	<p>entender, comprender y difundir”.</p> <p>“Es un medio con la facultad de movilizar a las masas, permite motivar los movimientos sociales, unir, atravesar, difundir y educar”.</p> <p>“La radio es el medio más importante, muchos se educarán con este (novelas, concursos), noticias, musas”.</p> <p>“Es un medio de comunicación, en el cual podemos informarle a la gente la variedad de noticias y tenerlos al tanto de lo que está pasando en el país y el mundo”.</p>	<p>Los participantes reconocen su importancia como espacio que permite dar a conocer las diferentes maneras de entender o comprender la realidad tanto de realizadores como de los oyentes.</p>
<p>Carácter masivo</p>	<p>Se destacó el carácter masivo de la radio y su facilidad de acceso,</p>	<p>“Es un medio que mueve masas y puede cambiar muchos</p>	<p>El carácter masivo del medio se destaca como un aspecto importante a la</p>

	<p>aunque se mencionó las dificultades que todavía se presentan para acceder a una emisora <i>on line</i>.</p> <p>A pesar de esto, en la actualidad con la brecha tecnológica y económica, el medio sigue teniendo un lugar importante en el contexto social y mediático.</p>	<p>ámbitos de la sociedad”.</p> <p>“Un medio de comunicación que alcanza una gran transmisión pues cuando a los secuestrados le preguntaban que como se enteraban de los sucesos que pasaban ellos dicen que por la radio”.</p> <p>“Es un medio que tiene el poder de hacer parte de la vida de la gente y puede influenciarlos o generar opiniones en ellos”.</p> <p>“Es un medio masivo que impulsa, promueve y amplía la comunicación en el contexto social, conecta al mundo, sociedades y culturas”.</p> <p>“Un medio de comunicación masivo que cambió la historia</p>	<p>hora de definirlo, dado que esta característica permite el fácil acceso a los contenidos que la radio emite; al tiempo que se convierte en una compañía de los oyentes, al ser un espacio que conecta las diferentes culturas y expresiones de la sociedad; generando cambios en la misma a partir de lo que escuchan.</p> <p>Puede evidenciarse además, el poder de influencia que el medio tiene al llegar a regiones más extensas o apartadas.</p>
--	---	--	--

		desde el momento de su aparición”.	
Narrativa y lenguaje radiofónico	Los participantes del taller reconocieron en la narrativa y el lenguaje radiofónico la posibilidad de construir nuevos sentidos a través de la combinación selectiva de los elementos que lo integran: la palabra, la música, los efectos y el silencio.	<p>“Basa su importancia en la expresión vocal, pues tiene que mostrar imágenes, sensaciones, noticias, etc., por medio de la palabra hablada”</p> <p>“Para llevar al oyente los diferentes tipos de escenario, crearle imágenes audiovisuales, darle vida al programa por medio de cortinas o música de fondo”</p> <p>“Comunicación sonora que tiene gran claridad en los mensajes que pretende transmitir para una buena comprensión del oyente”.</p> <p>“La música, diversidad de voces y los efectos son las herramientas que nos trasladan</p>	<p>La utilización de los elementos del lenguaje radial: como la palabra, la música, los efectos y el silencio caracterizan y diferencian el medio desde su esencia básicamente sonora.</p> <p>Su importancia se resalta a partir de la posibilidad de crear imágenes auditivas y ambientes sonoros creativos que capturen la atención del oyente, generando mayor interés.</p>

		<p>al lugar y nos ayudan a entender”.</p> <p>“Nos permite crear un ambiente, un espacio con sus cuatro componentes (música, efectos, voz, silencio)”.</p>	
Participación	<p>Los asistentes al taller reconocieron a la radio como el medio participativo por excelencia. Cuando se agrega a la radio otras herramientas que las TIC están ofreciendo, la participación se puede ver altamente potenciada en tanto los oyentes pueden incluso aportar en la construcción de contenidos.</p>	<p>“Gracias a ella podemos enterarnos instantáneamente de “Tiene como ventaja que interactuamos pues el oyente puede dar su punto de vista”.</p> <p>“Es un medio que abre conocimiento e interacción”.</p> <p>“Es un medio de comunicación donde se expresan las diferentes opiniones de distintos temas”.</p>	<p>Se concibe el medio radial como un espacio propicio para la participación e interacción de los oyentes; quienes la consideran una oportunidad de dar a conocer sus opiniones y puntos de vista acerca de los contenidos emitidos.</p>

Cuadro 6

4.2.1.1 Relación de categorías Taller 1

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN CATEGORIAL	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
<p>Funciones de la radio – Carácter masivo</p>	<p>Informar, educar y entretener, funciones básicas de los medios de comunicación y desde luego de la radio, se fortalecen a través del proceso de mediación generado a través de las difusión masiva de los contenidos. Los participantes destacaron las posibilidades que ofrece este binomio.</p>	<p>“Es un medio de comunicación masivo muy interesante con diferentes campos y medios de acción, tiene una propiedad a nivel cultural y educativa que es transmitida a los receptores de cualquier edad, estrato, etnia o cultura”.</p> <p>“Es un medio de comunicación que puede utilizarse con fines informativos y de entretenimiento. Es un medio que tiene el poder de hacer</p>	<p>Existe una estrecha relación entre la función de la radio y el carácter masivo del medio es así como los participantes reconocen sus funciones principales al ser un espacio de información, educación y entretenimiento capaz de influir en la cotidianidad de las personas dada su capacidad para llegar a</p>

		<p>parte de la vida de la gente y puede influenciarlos o generar opiniones en ellos”.</p> <p>“Es un medio con la facultad de movilizar a las masas, permite motivar los movimientos sociales, unir, atravesar, difundir y educar”.</p>	<p>públicos diversos.</p>
--	--	--	---------------------------

Cuadro 7

4.2.2 Matriz de análisis Taller 2 (Tema del taller: La producción de radio educativa y cultural)

Las preguntas que orientaron la discusión en este segundo taller fueron:

1. ¿Desde mi experiencia como oyente, la radio cumple una función educativa y cultural? ¿Por qué?
2. ¿Cómo se podría promover educación y cultura desde la producción de géneros radiofónicos informativos?
3. ¿Cómo se podría promover educación y cultura desde la producción de géneros radiofónicos musicales y dramatizados?

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Programación educativa y cultural	Por naturaleza, las radios universitarias abordan dentro de su programación, contenidos que promuevan los pilares de la educación superior: la investigación, la extensión y la docencia. En ese sentido, una emisora universitaria debe desarrollar dentro de su	“Por este medio se transmiten programas no sólo de música, sino también educativos y culturales, tales como los que se presentan en radio católica o la emisora de la Uis”. “hay programas que motivan aspectos culturales como la historia de nuestros	El desarrollo de programas educativos propios de la vida universitaria, que integren a la comunidad a partir de sus contenidos o brindando espacios para la realización de los mismos, se consideran aspectos importantes a

	<p>programación, contenidos educativos que permitan constituir a la estación en una herramienta que apoye los procesos de docencia que impulse la institución pero también de divulgación de las acciones de investigación y extensión que adelante.</p> <p>Al definirse el medio como un fenómeno social y cultural se contemplan todos los aspectos relacionados con la forma de interpretar y concebir la realidad tanto de oyentes como de los productores.</p>	<p>antepasados Guanés, y en el aspecto educativo por que nos mantiene al tanto de la información y con esta aprendemos nuevas cosas”.</p> <p>“Sería interesante integrar diferentes sectores educativos en estos programas, empezando desde las escuelas hasta las universidades para así lograr su fusión. En la cultura diseñado programas donde se integren las diferentes etnias o culturas de cada región”.</p> <p>“Realizando programas culturales, educativos del interés de niños, adultos, en fin de todos los públicos”.</p> <p>“Temas que sean interesantes,</p>	<p>tener en cuenta.</p> <p>Se evidencia el interés por encontrar dentro de la programación contenidos que permitan conocer, por ejemplo, la diversidad musical o cultural de los pueblos, así como una parrilla con programación dirigida a diferentes públicos.</p>
--	---	---	--

		llamativos y sea tratado con adecuación, tenga despliegue de información, sea completo y reflexivo”.	
Géneros y formatos	Los géneros son unas clasificaciones generales de las producciones radiales de acuerdo a unas características. Se habla de los géneros informativos, dramatizados y musicales cuyas pautas y códigos son reconocidos tanto por realizadores como por los escuchas.	<p>“Con un dramatizado se puede presentar el tema de una forma mucho más reflexiva, pues el tema entretiene y hace más fácil la captación de la atención del oyente”.</p> <p>“Al especificarse el género informativo como género central de la producción radiofónica, se podrá emitir una información agradable al lector, de sus interés de manera que para el oyente sea fácil entender su significado semántico”.</p> <p>“debe partirse de</p>	Los participantes reconocen la importancia de un tratamiento sonoro diferente de la información, que implica la exploración de otros géneros y formatos como los dramatizados, que a su vez explotan la capacidad expresiva del lenguaje radiofónico; logrando así una producción más atractiva que mantiene la atención del oyente y genera una mayor reflexión.

		<p>dramatizaciones que reflejen vivencias, dificultades y situaciones de la comunidad”.</p> <p>“Cambiando el esquema de los programas e introducir de nuevo las radionovelas y dramatizados”.</p>	<p>Por otra parte el género informativo o de estructura conversacional responde al objetivo de la interpretación. Dado que la audiencia puede escuchar de manera clara un determinado tema con la naturalidad del lenguaje oral característico de la comunicación humana.</p>
Participación	<p>De nuevo se destaca a la radio como el medio participativo por excelencia. Cuando se agrega a la radio otras herramientas que las TIC están ofreciendo, la participación se puede ver altamente potenciada en</p>	<p>“Produciendo no solo programas de variedades o informativos como existen actualmente en la radio comercial, sino programas interactivos donde se solucione las dudas de los oyentes,”.</p> <p>“Creando programas que permitan interactuar a los oyentes de una manera seria y</p>	<p>Existe el interés por encontrar dentro de lo que ofrece el medio, espacios que fomenten la interacción crítica respecto a contenidos educativos o temas de reflexión, que posibiliten una mirada desde la audiencia de los</p>

	<p>tanto los oyentes pueden incluso aportar en la construcción de contenidos.</p>	<p>crítica”</p> <p>“Realizando programas en los cuales los oyentes tengan la posibilidad de participar sobre temas, ya sean educativos o culturales y así aprender. También haciendo tertulias de algún tema y que los oyentes den su punto de vista, reflexionar y aprender”</p>	<p>problemas o situaciones aportando soluciones.</p>
<p>Narrativa y lenguaje radiofónico</p>	<p>Como se mencionó anteriormente, se reconoce en la narrativa y el lenguaje radiofónico la posibilidad de construir nuevos sentidos a través de la combinación selectiva de los elementos que lo integran: la palabra, la música, los efectos y el</p>	<p>“Es la música la encargada de enganchar a la audiencia presentando los temas en la parte hablada”.</p> <p>“Por medio de la voz y la narración de sucesos ejercitan la imaginación, es inmediata y practica”.</p>	<p>Se destaca principalmente el carácter narrativo de la música y la palabra como un recurso para captar la atención de la audiencia.</p>

	<p>silencio.</p> <p>La presencia escénica de los efectos y la música así como la locución permiten al oyente escuchar una producción con recursos narrativos que la hacen más interesante creativa y llamativa.</p>		
--	---	--	--

Cuadro 8

4.2. 2. 1 Relación de categorías Taller 2

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN CATEGORIAL	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
<p>Narrativa y lenguaje radiofónico- géneros y formatos- Programación educativa y cultural</p>	<p>Por su naturaleza una emisora universitaria debe desarrollar dentro de su programación, contenidos educativos pero también de divulgación de las diferentes expresiones culturales y sociales de manera que se genere a su vez reflexión y participación. Los géneros radiofónicos son una forma de clasificación de las producciones, que facilitan la comunicación de ciertos</p>	<p>“La producción de estos géneros, siempre se desempeña de manera llamativa, por lo tanto para realizar un programa educativo y cultural, es importante manejar o implementar efectos, juegos y la voz debe ser agradable al oyente”.</p> <p>“Con historias, ya sean cuentos, dramatizados, reflexiones, para hacer caer en cuenta al oyente de lo importante que es la</p>	<p>Se crea una relación entre el uso de géneros y formatos diferentes como los dramatizados, que incluyen nuevos recursos narrativos como la exploración de los elementos del lenguaje radiofónico para tratar en la radio temas sociales y educativos que resulten llamativos a los oyentes y que, por otra parte pueda sensibilizar o generar reflexión en la audiencia en</p>

	<p>temas entre emisores y receptores; a través de la exploración del lenguaje radiofónico creando un nuevo producto cultural con recursos narrativos que lo hacen más interesante creativo y llamativo.</p>	<p>educación y la cultura; además que tengan efectos y el tema sea relevante para la producción del tema”.</p> <p>“Haciendo canciones con mensajes educativos y culturales. También haciendo radio novelas que enseñen a los oyentes y que a su vez los tengan entretenidos para que estos no se desinteresen y reflexionen”.</p>	<p>torno a los mismos.</p> <p>Se puede conformar una programación variada que tenga como valor agregado los aportes sonoros de la música, la palabra, los efectos y el silencio para mantener el interés de los radioescuchas.</p>
--	---	---	--

Cuadro 9

4.2.3 Matriz de análisis Taller 3 (Tema del taller: Proyectos radiofónicos para una radio virtual universitaria)

Las siguientes preguntas orientaron la discusión en este tercer y último taller:

1. ¿Desde mi experiencia como oyente, cuál debe ser la diferencia entre una radio comercial y una radio universitaria?
2. ¿Cuál es la ventaja de producir programas de radio a partir de guiones diseñados previamente?
3. ¿Qué tipo de proyectos radiofónicos debería impulsar la emisora virtual de la universidad?

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Radio Universitaria	Los participantes identifican las diferencias entre las emisoras universitarias y otro tipo de propuestas radiofónicas. Se asume a la radio universitaria como aquella que busca alcanzar	“La radio universitaria es una radio mas educativa y con fines pedagógicos”. “Informar y proyectar las problemáticas y sucesos que viven los jóvenes universitarios”.	Los participantes identifican la diferencia de objetivos entre la radio comercial y la radio universitaria. Se resaltan entre otros aspectos: El carácter

	<p>objetivos no comerciales y se orienta especial y directamente hacia una finalidad de carácter social, educativa, cultural e incluso institucional.</p> <p>A la radio universitaria se le atribuyen características como su capacidad de educar, alfabetizar y fortalecer los procesos de comunicación y participación de dichos contextos educativos.</p>	<p>“debe tener como objetivo mejorar el ambiente y acercar a las personas que hacen parte de la universidad”.</p> <p>“Una radio comercial es una institución social que cumple con una función publicitaria con ánimo de lucro y la radio universitaria debe ser mas educativa, con una programación cultural que aumente el sentido de pertenencia de los estudiantes con sus planteles educativos”.</p>	<p>pedagógico, educativo, social y cultural que debe orientar la programación, así como la capacidad del medio para integrar, fortalecer y divulgar los acontecimientos de la vida universitaria.</p>
Programación educativa y cultural	<p>Por naturaleza, las radios universitarias abordan dentro de su programación, contenidos que promuevan los pilares de la educación superior: la investigación, la</p>	<p>“Los contenidos que se deben tratar en radios universitarias deben ser de carácter académico formativo, social y cultural”.</p>	<p>La orientación de la programación debe ser por una parte, de corte educativo y académico dado el contexto universitario. Sin embargo</p>

	<p>extensión y la docencia. En ese sentido, una emisora universitaria debe desarrollar dentro de su programación, contenidos educativos que permitan constituir a la estación en una herramienta que apoye los procesos de docencia que impulse la institución pero también de divulgación de las acciones de investigación y extensión que adelante.</p> <p>Al definirse el medio como un fenómeno social y cultural se contemplan todos los aspectos relacionados con la forma de interpretar y concebir la</p>	<p>“Temas que incluyen a los jóvenes como la sexualidad, “decir mejor no”. Temas de interés con expertos que conversan”.</p> <p>“Programas que culturicen e informen acerca de las actividades que se realizan en la ciudad”.</p> <p>“Proyectos culturales donde promuevan las costumbres, tradiciones, etc., de nuestra región”.</p> <p>“Temas jurídicos debido a que hay falta de información para todas las personas, son temas muy importantes para hacer valer, reconocer y respetar nuestros derechos”.</p>	<p>se considera importante la conformación de la parrilla con programas que incluyan temas variados: Sociales, ciudadanos y culturales; conservando siempre el sentido formativo y de reflexión.</p>
--	---	---	--

	realidad tanto de oyentes como de los productores.		
Participación	Una vez más se destaca a la radio como el medio participativo por excelencia. Cuando se agrega a la radio otras herramientas que las TIC están ofreciendo, la participación se puede ver altamente potenciada en tanto los oyentes pueden incluso aportar en la construcción de contenidos.	<p>“La radio universitaria debe tener espacios de participación para todos los estamentos de la institución”.</p> <p>“Entretenimiento para los estudiantes. Que tenga un espacio donde los estudiantes puedan ir a opinar o contar casos”.</p> <p>“Programas que apoyen cada una de las facultades de manera lúdica, que sean de interés al público juvenil y que los estudiantes puedan aportar”.</p>	La emisora universitaria se destaca como un espacio de inclusión e integración de los diferentes estamentos del claustro. Además de la divulgación de temas relacionados con lo académico, los participantes esperan encontrar un espacio de interacción donde puedan dar sus aportes.

Guión radiofónico	Esta categoría fue introducida específicamente a través de la segunda pregunta del taller. Los participantes no tenían una formación previa en radio y por tanto desconocían el concepto de guión, que responde a un aspecto técnico de la producción radial. Para sensibilizar sobre el concepto se ofreció el concepto que sobre esta herramienta propone la autora Jeanine El’Gazi, quien define el guión como la carta de navegación que contiene toda la	<p>“La investigación, la certeza que nos da informar un tema, preparado, organizado y estructurado”.</p> <p>“Hay mas comprensión por parte de los locutores y editor, lo cual facilita el trabajo”.</p> <p>“Están más claras y organizadas las ideas, se muestra un programa con contenido, se calcula muy bien el tiempo”.</p> <p>“Se pueden realizar o lograr programas más organizados, con mayor información, más agradables para el oyente y mucho más profesionales”.</p>	Se reconocen las ventajas que brinda la utilización del guión, como una herramienta que permite mayor organización de la dinámica de producción para quienes intervienen en la misma. De igual manera se le atribuye un carácter más profesional al trabajo, dado que permite tener mejor control de factores como el tiempo, el orden en la locución y por tanto un incremento en la calidad de los contenidos.

	<p>información necesaria para grabar el programa.</p> <p>El guión, por tanto constituye una herramienta de trabajo que facilita el proceso de producción.</p>		
--	---	--	--

Cuadro 10

4.2.3.1 Relación de categorías Taller 3

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN CATEGORIAL	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Radio Universitaria- Programación educativa y cultural	Por naturaleza, las radios universitarias abordan dentro de su programación, contenidos que promuevan los pilares de la educación superior: la investigación, la extensión y la docencia. En ese sentido, una emisora universitaria debe desarrollar dentro de su programación, contenidos educativos que permitan constituir a la estación en una herramienta que apoye	“La radio universitaria es una radio mas educativa y con fines pedagógicos”. “La radio universitaria es más dada a enseñar y culturizar sobre temas de interés que conciernen a la universidad”. “La radio universitaria debe ser mas educativa, con una programación cultural que aumente el sentido de pertenencia de los estudiantes	Las emisoras universitarias orientan su programación a la consecución de fines educativos así como un espacio de integración y fortalecimiento de los temas que hacen parte del acontecer universitario.

	los procesos de docencia que impulse la institución pero también de divulgación de las acciones de investigación y extensión que adelante.	con sus planteles educativos”.	
--	--	--------------------------------	--

4.3. GRUPOS FOCALES

Se realizaron dos grupos focales, uno con docentes y otro con estudiantes. Cada grupo abordó los siguientes temas y preguntas:

TEMA 1: Imaginarios de la radio

Todos en algún momento de nuestra vida hemos tenido algún tipo de acercamiento al medio radial. Recuerden Ustedes cómo ha sido su experiencia con este medio.

Tópicos aclaratorios:

1. ¿En nuestra existencia, de qué manera nos acercamos por primera vez a este medio?
2. ¿Qué tipo de contenidos radiales consumíamos antes y qué contenidos consumimos ahora?
3. ¿Con el paso de los años ha cambiado nuestra relación y percepción frente al medio radial?

TEMA 2: Concepto de “Proyecto comunicativo”

El proyecto comunicativo es la carta de navegación de todos los medios de comunicación. Un medio de comunicación puede tener una apuesta por lo comercial, por la educación o por la información, por ejemplo. ¿Cómo nos imaginamos el proyecto comunicativo de nuestra emisora virtual?

Tópicos aclaratorios:

1. ¿Sabemos distinguir entre una emisora comercial, una emisora comunitaria o una emisora de interés público? ¿Cómo entendemos esta clasificación?
2. ¿Qué es educar, entretener e informar en una radio?
3. ¿Cómo integrar estos aspectos en la propuesta de una emisora universitaria, de manera que se garantice su sostenibilidad económica?

TEMA 3: Conocimiento sobre la educomunicación

La educomunicación es una propuesta teórica que integra los discursos de la educación y la comunicación. Desde esta corriente, se asume la utilidad de los procesos y herramientas de la comunicación, en el desarrollo de propuestas educativas. ¿De qué manera es posible constituir el proyecto de nuestra emisora virtual en una propuesta educomunicativa?

Tópicos aclaratorios:

1. ¿Qué noción de educación debe contemplar una emisora universitaria?
2. ¿Cómo insertar contenidos educativos en la programación de una emisora universitaria, de una manera atractiva para las audiencias juveniles?
3. ¿Qué posibles usos puede tener este tipo de propuestas en nuestros procesos de formación como docentes?

Cuadro 11

4.3.1 Matriz de análisis Grupo focal profesores

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Comunicación y educación	La comunicación educativa revalora la relación entre comunicación y educación, e incorpora la tecnología en los procesos de enseñanza y aprendizaje. En este nuevo paradigma, que involucra a la educación con la tecnología, la educación se sirve de los medios de comunicación para incidir en un mayor número de	“Habría en nuestro caso de la facultad de comunicación algún tipo de programación de corte mediático pero también incluir aportes importantes en términos de comunicación organizacional, publicidad, comunicación para el desarrollo. Pero también desde los talentos o el conocimiento informal que cada uno de los profesores tengan”. “La comunicación ha cumplido	El participante reconoce la posibilidad de posicionar a la emisora universitaria como un proyecto educomunicativo en tanto que propone una mirada que trasciende el uso instrumental de los medios de comunicación como simples herramientas de transmisión de información, y la proyecta más como un espacio desde el cual se

	<p>personas, bajo condiciones espacio temporales accesibles y a partir de un lenguaje verbo-audio-visual.</p> <p>La comunicación educativa se constituye, hoy por hoy, en un campo aplicado de la comunicación, de amplio desarrollo en las últimas décadas y en donde el diseño, la producción y el uso de medios y TIC's resulta fundamental.</p>	<p>como un papel de aporte en la educación de la cultura, allí hay una comunicación directa en términos de comunicación y educación. Recordando una vez más que no estamos aquí hablando de la educación totalmente formal sino que la educación de la cultura se hace a través de muchas vertientes o a través de muchas posibilidades”.</p>	<p>pueden desarrollar procesos de comunicación y educación.</p>
Programación educativa	<p>Por naturaleza, las radios universitarias abordan dentro de su programación, contenidos que promuevan los pilares de la educación superior: la investigación,</p>	<p>“Los profesores, todo el personal que conforma la universidad puede colocar al servicio de los oyentes una programación interesante, una programación que pueda ser distinta a la que</p>	<p>La participante reconoce la necesidad de generar una propuesta radiofónica que brinde especial importancia a los contenidos educativos para que de</p>

	<p>la extensión y la docencia. En ese sentido, una emisora universitaria debe desarrollar dentro de su programación, contenidos educativos que permitan constituir a la estación en una herramienta que apoye los procesos de docencia que impulse la institución pero también de divulgación de las acciones de investigación y extensión que adelante.</p>	<p>usualmente escuchamos por los medios de comunicación, por la radio específicamente una programación que pueda ser entretenida pero a la vez educativa creo que es una fortaleza que una emisora sea producida y realizada por una Universidad en ese sentido además que va a permitir la participación de distintos estamentos de la universidad en un medio de comunicación”</p> <p>“Me gustaría encontrar programas educativos, pero no tan especializados dentro de una carrera como tal o dentro de una profesión como tal, si no programas educativos que le sirvan a la comunidad en</p>	<p>esta manera se aleje de los esquemas que tradicionalmente han regido a las emisoras. Se reconoce la posibilidad de desarrollar una programación educativa de calidad al tener la oportunidad que brinda para esto el hecho de contar con la infraestructura de una universidad como respaldo al proyecto.</p>
--	--	---	--

		<p>general, por ejemplo sobre derechos, un programa sobre salud, pero cosas cotidianas que la gente pueda aprender y que no sean tan especializados”.</p>	
Participación	<p>Se destaca también en este grupo focal a la radio como el medio participativo por excelencia. Cuando se agrega a la radio otras herramientas que las TIC están ofreciendo, la participación se puede ver altamente potenciada en tanto los oyentes pueden incluso aportar en la construcción de contenidos.</p>	<p>“Mediante el diseño de una parrilla de programación que incluya durante sus espacios, precisamente la participación de los distintos estamentos académicos y administrativos también de la universidad, de tal manera que puedan participar todos sus públicos internos, en este caso las facultades, los departamentos, por ejemplo de Formación humanística, de idiomas, etc., pero también los estamentos administrativos, para que puedan a través de la</p>	<p>El participante reconoce la importancia de desarrollar procesos efectivos de participación que garanticen el empoderamiento de todos los estamentos de la comunidad universitaria hacia la propuesta radiofónica de la emisora virtual. Se observa el valor otorgado a la participación.</p>

		emisora virtual presentar algún tipo de información institucional que pueda facilitar de esa manera el flujo de la información para todo el personal de la universidad”	
--	--	---	--

Cuadro 12

4.3.2 Relación de categorías Grupo focal profesores

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN CATEGORIAL	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Programación educativa - Participación	Consolidar una programación educativa de calidad en una emisora universitaria, implica no sólo el desarrollo de estrategias de cualificación de la producción radial sino también la generación de acciones que promuevan procesos efectivos de participación y empoderamiento por el proyecto comunicativo de la estación, que garanticen	<p>“Una programación que pueda ser entretenida pero a la vez educativa, creo que es una fortaleza que una emisora sea producida y realizada por una Universidad, en ese sentido además que va a permitir la participación de distintos estamentos de la universidad en un medio de comunicación”</p> <p>“Mediante el diseño de una parrilla de programación que incluya durante sus espacios,</p>	Existe una relación estrecha entre la naturaleza educativa de la programación y el desarrollo de procesos efectivos de participación al interior del proyecto. Las fuentes reconocen que sólo a través de una participación efectiva de todos los estamentos de la comunidad universitaria se podrá consolidar una programación de calidad

	<p>la participación de todos los estamentos de la comunidad universitaria en la realización de propuestas educativas desde la radio.</p>	<p>precisamente la participación de los distintos estamentos académicos y administrativos también de la universidad, de tal manera que puedan participar todos sus públicos internos, en este caso las facultades, los departamentos, por ejemplo de Formación humanística, de idiomas, etc., pero también los estamentos administrativos”</p>	<p>que aborde las distintas áreas del saber, la ciencia y la cultura sobre las cuales reflexiona un claustro de educación superior.</p>
--	--	--	---

4.4. GRUPO FOCAL ESTUDIANTES

Cuadro 13

4.4.1 Matriz de análisis Grupo focal estudiantes

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Radio Universitaria	Los participantes identifican las diferencias entre las emisoras universitarias y otro tipo de propuestas radiofónicas. Se asume a la radio universitaria como aquella que busca alcanzar objetivos no comerciales y se orienta especial y directamente hacia una finalidad de carácter social, educativa, cultural e incluso	“Emisora de educación está más interesada en la información”. “En este tipo de emisoras se pueden hacer programas de mejor calidad que en las emisoras comerciales”. “Las educativas y culturales son las que escuchan poquitas personas. Deberían ser más interesantes para que pudieran ser competencia para las	Se reconoce como una propuesta diferente a la radio comercial; destacando entre otros el tipo de contenidos enfocados a temas sociales e informativos elaborados con calidad y que generan en los oyentes opinión y reflexión en torno a los mismos. Un aspecto relevante es el

	<p>institucional.</p> <p>A la radio universitaria se le atribuyen características como su capacidad de educar, alfabetizar y fortalecer los procesos de comunicación y participación de dichos contextos educativos.</p>	<p>comerciales”.</p> <p>“En el oyente se genera algo y así va a volver a escuchar, formar opinión, que siembre”.</p>	<p>tratamiento que se le debe dar a los temas para que sean llamativos y competitivos frente a otros espacios como las emisoras comerciales.</p>
Radio comercial	<p>Los participantes identifican claramente la radio comercial como aquella a la cual está mayoritariamente expuesta la audiencia a través de las frecuencias de A.M. y F.M. Se reconoce a las emisoras comerciales como aquellas que fundamentalmente persiguen un ánimo de</p>	<p>“Los programas que ridiculizan a las personas en las emisoras comerciales desvirtúan la profesión y el fin último de comunicar”.</p> <p>“En Colombia en general las comerciales son las más escuchadas frente a emisoras educativas, culturales y comunitarias”.</p>	<p>Las emisoras comerciales orientan su programación a partir de criterios como el entretenimiento y el lucro. Sin embargo, en algunos casos los contenidos se caracterizan por ser irrespetuosos y vacíos. De esta manera lo destacan los participantes que por otra parte la definen como</p>

	<p>lucro y en ese sentido no siempre hacen un uso apropiado del lenguaje no promueven la participación y no siempre procuran el respeto hacia las audiencias.</p>	<p>“Hace una competencia que no valora ni respeta a las personas”.</p> <p>“Las emisoras más escuchadas son las comerciales las que más venden y ridiculizan las cosas y se burlan de la gente”.</p> <p>“Escuchaba la mega y sus programas, ahora me parecen vacíos”.</p>	<p>la más escuchada en relación a la radio comunitaria, cultural o educativa.</p>
<p>Programación educativa y cultural</p>	<p>Por naturaleza, las radios universitarias abordan dentro de su programación, contenidos que promuevan los pilares de la educación superior: la investigación, la extensión y la docencia. En ese sentido, una emisora universitaria debe</p>	<p>“Presentar información puntual sobre temas que le puedan interesar, sobre temas de entretenimiento”.</p> <p>“Temas de interés que permitan al oyente aprender, no sólo de entretenimiento y diversión, sino que crezca mi conocimiento”.</p>	<p>Las emisoras educativas deben conformar dentro de su propuesta de programación contenidos diversos entre lo que hace referencia al ambiente académico y los temas de actualidad e interés general.</p>

	<p>desarrollar dentro de su programación, contenidos educativos que permitan constituir a la estación en una herramienta que apoye los procesos de docencia que impulse la institución pero también de divulgación de las acciones de investigación y extensión que adelante.</p> <p>Al definirse el medio como un fenómeno social y cultural se contemplan todos los aspectos relacionados con la forma de interpretar y concebir la realidad tanto de oyentes como de los productores</p>	<p>“Que trabaje temas de interés de la comunidad”.</p> <p>“Este tipo de emisoras deberían trabajar contenidos que hagan que el oyente se sienta atraído a escucharlas y sean competentes”.</p> <p>“Generar contenidos que nos identifiquen a todos”.</p> <p>“Involucrar temas de mi carrera, temas de derecho”.</p>	<p>Los participantes consideran importante incluir una programación que sea entretenida y que haga competitiva la emisora respecto a lo que ofrecen otros espacios; se destaca como criterio diferenciador que los temas abordados generen algún tipo de conocimiento.</p>
--	---	---	--

<p>Participación</p>	<p>Se destaca también en este grupo focal a la radio como el medio participativo por excelencia. Cuando se agrega a la radio otras herramientas que las TIC están ofreciendo, la participación se puede ver altamente potenciada en tanto los oyentes pueden incluso aportar en la construcción de contenidos.</p>	<p>“Participación de toda la comunidad universitaria. Estudiantes, trabajadores y profesionales”.</p> <p>“Involucrar a las otras carreras para que sus estudiantes se acerquen”.</p> <p>“Es interesante involucrar al oyente a los programas que se hacen desde la emisora”.</p> <p>“Tener en cuenta la opinión de la comunidad universitaria”.</p> <p>“Partir de los intereses de la gente, de lo que quieren escuchar”.</p>	<p>La participación se reconoce principalmente como la oportunidad de abrir la emisora a todos los estamentos de la comunidad universitaria para que participen como productores o través de sus opiniones, tanto en los programas como en la etapa de conformación de la parrilla de programación.</p>
----------------------	--	---	---

Cuadro 14

4.4.2 Relación de categorías Grupo focal estudiantes

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN CATEGORIAL	MEMORANDO DESCRIPTIVO	MEMORANDO DE ANÁLISIS
Radio Universitaria - Participación	Se reconoce un vínculo fuerte entre radio universitaria y participación no sólo por la posibilidad de integrar a los diferentes estamentos que componen su audiencia sino también por la manera como se relaciona con ésta y promueve la realización de sus contenidos.	<p>“Involucrar a las otras carreras para que sus estudiantes se acerquen”.</p> <p>“Partir de los intereses de la gente, de lo que quieren escuchar”.</p> <p>“En el oyente se genera algo y así va a volver a escuchar, formar opinión, que siembre”.</p> <p>“Es interesante involucrar al oyente a los programas que se hacen desde la emisora”.</p>	El interés por involucrar temas de las diferentes carreras, y de la comunidad universitaria en general, llevan implícito el reconocimiento, por parte de los estudiantes que participaron en el grupo focal, de la importancia que tiene el ejercicio de participación para fortalecer los procesos de comunicación - educación que se desarrollan en el

		“Tener en cuenta la opinión de la comunidad universitaria”.	contexto universitario.
--	--	---	-------------------------

5. DISCUSIÓN Y HALLAZGOS

Para una mayor comprensión de los hallazgos y su discusión, se presentan a continuación las preguntas de investigación que sirvieron de eje articulador. Las respuestas dadas evidencian la triangulación entre la información obtenida a través de los diferentes instrumentos aplicados y los referentes teóricos que sustentan el estudio.

5.1 ¿QUÉ NOCIONES DE LO EDUCATIVO Y LO PARTICIPATIVO PERMEAN LA PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA VIRTUAL DE LA UPB?

La consolidación de un espacio de comunicación en la virtualidad que no se limite al uso instrumental de los medios es un auténtico reto educomunicativo. A través de los talleres y los grupos focales se establece, inicialmente, una clara diferenciación entre la naturaleza de la radio comercial y la radio universitaria. Esta última se define a partir de aspectos como el carácter pedagógico, educativo, social y cultural que debe orientar la programación y la capacidad del medio para integrar, fortalecer y divulgar los acontecimientos de la vida universitaria.

A partir de ahí se generan, tanto en los estudiantes como en los profesores que ofrecieron información en las encuestas, los talleres y los grupos focales; unas ideas en común motivadas por el interés de encontrar dentro de lo que ofrece el medio, espacios que fomenten la interacción crítica respecto a contenidos educativos o temas de reflexión, que posibiliten una mirada desde la audiencia de

los problemas o situaciones. La inquietud de los estudiantes por jugar un papel participativo en la generación de propuestas y opiniones respecto a los contenidos que se emiten permite ser evidenciada.

La radio virtual, aunque tiene como soporte un nuevo escenario, no debe perder su capacidad para entretener, pues esta es su esencia y característica más importante. También se destaca el interés por incluir una programación que sea entretenida y que haga competitiva la emisora respecto a la oferta de otros espacios (Emisoras comerciales, Portales de internet, televisión, entre otros). La comunidad resalta como posible criterio diferenciador para la emisora virtual que los temas abordados generen algún tipo de conocimiento y ofrezca diversidad de contenidos y formatos en su propuesta de programación.

La necesidad de encontrar en la programación información de las diferentes facultades y dependencias de la universidad, fue un tema importante que las técnicas nos permitió recoger. La emisora virtual se constituye en un punto de encuentro de las actividades académicas y sociales inherentes a la comunidad universitaria.

En palabras de Kaplún⁵⁴ la emisora virtual crea un espacio de interlocución e intercambio entre los miembros de la comunidad universitaria fortaleciendo, por medio de la participación, nuevos procesos de aprendizaje e interacción con el medio. En los sujetos encuestados es una constante apreciaciones como las siguientes:

⁵⁴ Kaplún, Op cit

“Participación de estudiantes de diferentes facultades con temas de interés “

“Hacer publicidad, que ayude a que los estudiantes se vinculen a esto, mayor conocimiento en temas culturales y sociales”.

“Una propuesta comunicativa objetiva a todo el público, que cualquier persona de la universidad pueda participar en los programas”.

“Involucrar a los estudiantes para tener valoración de horas libres, identificar los gustos musicales de los estudiantes, involucrarse en lo administrativo y técnico como prácticas, incentivar actividades extensivas a las familias de la comunidad universitaria”.

“Claras propuestas para integrar las diferentes facultades a hacer parte de la programación, que la emisora suene a UPB, que sea dinámica, que no aburra a la audiencia y mucha información actualizada”.

El componente de participación es fundamental en las nociones que los participantes tienen acerca de lo que debe ser la programación de la radio virtual UPB. Al indagar al respecto en los grupos focales también prevalece el interés porque a partir de dicho componente se logre una identificación con el espacio.

Por otra parte puede verse la importancia de un proyecto comunicativo que priorice en lo educativo, cultural, social e informativo. Sobresale la inquietud por encontrar dentro de la programación contenidos que permitan conocer, por ejemplo, la diversidad musical o cultural de los pueblos, así como una parrilla con programación dirigida a diferentes públicos.

Ese carácter social se relaciona con lo planteado por Merayo⁵⁵, al atribuir a la radio universitaria características como su capacidad de educar, alfabetizar y fortalecer los procesos de comunicación y participación de dichos contextos educativos.

5.2 ¿A TRAVÉS DE QUÉ NARRATIVAS, ESTÉTICAS Y FORMAS DE INTERACCIÓN SE PUEDE FORTALECER LA RADIO UNIVERSITARIA VIRTUAL DE LA UPB PARA CONSOLIDARLA COMO UN AUTÉNTICO ESPACIO DE EDUCOMUNICACIÓN?

Para orientar la discusión en torno a esta pregunta se parte de lo propuesto por Cebrián Herreros⁵⁶ para quien la radio virtual propone nuevas formas tanto de producción como de consumo del medio. El punto de partida se enfoca en nuevos y diferentes hábitos de consumo que las personas, en este caso los estudiantes y estamentos de la universidad hacen del internet.

⁵⁵ Citado por OSPINA, Diana y MADERA, Eira y ZAPATA, Donna. Efectos de un modelo de comunicación educativa en la formación académica universitaria. Universidad de Antioquia. 2003

⁵⁶ RODERO, Op. Cit.

Esa posibilidad de acceso a la información (llámese audio, video, imagen o texto) a manera de autoservicio, según el mismo autor, exige la personalización de la información y la interactividad; aspectos que son relevantes para penetrar en una comunidad universitaria que usa con mayor frecuencia la web con fines académicos o sociales.

La aplicación de la encuesta revela que las principales razones de acceso a internet son la búsqueda de información sobre un tema específico de investigación, publicaciones académicas, revistas y bases de datos. Por otra parte la participación en redes sociales como Facebook, msn y twitter hacen del ingreso a internet algo cotidiano.

Como consecuencia puede verse que la participación y la interacción en esos nuevos escenarios mediáticos llevan una fuerte carga de inclusión a través de las comunidades virtuales que se crean en el contexto del ciber mundo. De acuerdo con Valiente⁵⁷ son una extensión de las formas tradicionales de socialización. Del mismo modo, esta característica se convierte en factor importante para la divulgación y consolidación de la emisora virtual de la universidad en tanto que a través las comunidades virtuales y las redes sociales se constituyen actualmente en espacios con alta presencia de integrantes de la comunidad universitaria.

Frente a esto y de acuerdo con lo expuesto principalmente en la encuesta, algunos participantes destacaron como uno de los grandes retos lograr una mejor calidad en la conexión para que la página cargue y no se caiga fácilmente; y además mayor publicidad del espacio, dado que existe un nivel de

⁵⁷ VALIENTE, Op. Cit

desconocimiento por parte de la comunidad universitaria sobre la existencia de la emisora. Cabe mencionar algunas impresiones recogidas especialmente en el grupo focal con estudiantes, donde manifiestan que las emisoras educativas, culturales o universitarias son las menos escuchadas frente a la radio comercial que maneja un discurso más llamativo y entretenido, lo cual plantea un desafío para lograr el posicionamiento esperado.

Algunas de las observaciones que se considera enriquecen esta investigación, son los saberes que tienen los participantes acerca de lo que es una radio virtual; por esta razón se mencionan a continuación algunas ideas que fueron motivo de análisis para este estudio:

“Muy interactivo, algunas con un buen contenido de información, otras son muy ofensivas con un contenido regular”.

“Son emisoras de calidad, al alcance de todos los cibernautas, aunque poco conocidas, pues el gancho es la emisora común que además se puede acceder en la web, pero como segunda opción”.

“Son otra alternativa de comunicación efectiva pues opera por demanda”.

“La mayoría no tiene objetivos claros y son realizadas por gente que no sabe de radio”.

“Son muy poco escuchadas por la poca publicidad que se ha dado”.

“En algún tiempo escuchaba la W por internet, pero la señal fallaba y luego fue difícil acceder por lo cual no la seguí escuchando. Pienso que es una buena opción para estar al día y contar con un medio cercano en el momento del trabajo; lo importante es que funcione bien”.

“Las emisoras virtuales permiten un mejor acceso ya que se puede escuchar los contenidos en cualquier lado y a toda hora”.

En este caso los encuestados enuncian aspectos como la falta de estrategias de divulgación o publicidad de las emisoras que operan exclusivamente por internet para darse a conocer; así como el auge de emisoras creadas por personas que no conocen del medio y de acuerdo a esto, la proliferación en algunos casos, de contenidos que carecen de objetivos y de criterios narrativos y estéticos.

En tal sentido, la exploración de nuevos recursos y narrativas puede llegar a ser un valor agregado para la programación de la emisora y su posterior posicionamiento. Al relacionar esto con los aportes realizados por los participantes de los talleres, a quienes se les preguntó acerca del lenguaje radiofónico y los géneros y formatos, se encuentra la oportunidad de enriquecer el ejercicio de producción con ellos y de encontrar formas diferentes de contar, y estimular así la posibilidad de crear imágenes auditivas y ambientes sonoros creativos que capturen la atención del oyente para generar mayor interés.

Desde las diferentes técnicas se pudo establecer que la red cambia el sentido de audiencia, que de acuerdo con Rodero⁵⁸ pasa de ser un receptor a ser un usuario. Esta idea plantea la necesidad de entender la radio virtual como un servicio multimedia al cual los usuarios acceden de manera selectiva y con intereses particulares de interacción.

Los participantes reconocen la facilidad de estar conectado a la radio al tiempo que se realizan diferentes actividades, así como la posibilidad de escuchar y descargar los programas sin restricciones geográficas o de horario.

La propuesta del hipertexto imprime a la experiencia de radio universitaria *On line* una forma diferente de interactuar pero además una nueva narrativa, dado que lo que se obtiene en un producto sonoro apoyado en la imagen y el video entre otros formatos. Ese nuevo lenguaje permite codificar y vincular diversos enlaces lo que facilita el acceso rápido a una información universal de acuerdo a intereses individuales. En la encuesta, los distintos estamentos de la universidad destacan estas características que permean el espacio educomunicativo.

El papel de las comunidades virtuales en la búsqueda del empoderamiento de la radio por parte de la comunidad universitaria es fundamental. La fuerte presencia en comunidades académicas y redes como Facebook, manifestada en las encuestas, contribuye al fortalecimiento de la participación, elemento importante resaltado en los talleres y grupos focales, que a su vez determina la programación y el tipo de contenidos al ser los usuarios generadores de los mismos.

⁵⁸ RODERO, Op. Cit.

Dadas estas condiciones, la radio virtual propone una nueva manera de interacción que es atravesada por lo que plantean autores como Castells, Rodero y Cebrián Herreros. Es esa interacción la que establece la manera como se relacionan las personas con las nuevas tecnologías, con el medio y con otros usuarios.

5.3 ¿CÓMO SE PROYECTA UNA UNIVERSIDAD DE REGIÓN COMO LA UPB A PARTIR DE UNA RADIO VIRTUAL?

Con la realización de los grupos focales se pudo indagar acerca de la percepción que tiene la comunidad universitaria de la radio tradicional que se escucha a través de una frecuencia. Esta primera parte fue importante debido a que permitió conocer diversas impresiones, algunas no tan favorables, pero en general significativas para este estudio.

Se hace referencia a los contenidos emitidos en la radio comercial que consideran en muchos casos irrespetuosos, se menciona este tipo de emisoras debido a que son estos espacios a los que han tenido más acercamiento. Este resultado constituye un punto de partida para el desarrollo de la presente pregunta de investigación porque, sin desvirtuar el trabajo de la radio comercial, pone de entrada una clara diferenciación con la labor que cumple una radio universitaria y permite conocer lo que perciben y esperan los participantes que sea la radio virtual de la UPB.

Al poder definir a través del taller 2 qué nociones de lo educativo y lo cultural debe tener la emisora virtual de la universidad, se pudo orientar un rumbo para el

proyecto comunicativo y mayores elementos que faciliten la consolidación de un espacio participativo.

Son esos criterios, de participación, interacción en lo educativo, cultural y social, expresados en los diferentes instrumentos aplicados, lo que lleva a consolidar un espacio que se construye a partir de las expectativas e intereses de los usuarios. Una radio virtual que involucra aspectos educomunicativos a partir de su conformación.

En una sociedad de la información que prioriza en los sistemas de generación, distribución y transmisión de informaciones y conocimientos; las nuevas tecnologías e internet se convierten en la estructura y organización de nuevas formas de relación social. De igual manera facilitan la interconexión de un mundo globalizado para la promoción, divulgación y difusión de las diversas expresiones.

En el contexto digital la emisora se convierte necesariamente en un espacio de comunicación que conecta en torno a temas académicos o de interés general, a los egresados, docentes o estudiantes que están en condición de intercambio desde diversas regiones y quienes generan contenidos para la estación.

La radio universitaria por naturaleza, aborda dentro de su programación, contenidos que promuevan los pilares de la educación superior: la investigación, la extensión y la docencia. En ese sentido, una emisora universitaria debe desarrollar dentro de su programación, contenidos educativos que permitan constituir a la estación en una herramienta que apoye los procesos de docencia que impulse la

institución, pero también de divulgación de las acciones de investigación y extensión que adelante.

Lo anterior se pone de manifiesto en los grupos focales pues además de los temas regionales de interés general se considera importante que la programación esté orientada a la divulgación de los temas concernientes al quehacer de la Institución. Esto se traduce en una oportunidad pues internet es ante todo, una vitrina que pone la información en las manos de las personas con solo estar conectadas a la red.

El concepto de virtualidad crea una dimensión de universalidad; así lo reconocen los participantes en el presente proyecto al resaltar la posibilidad de conocer diferentes expresiones culturales y musicales que se visualizan a través de una red que permite superar fronteras de tiempo y espacio. Castells⁵⁹, en relación a lo anterior, define internet como un corazón articulador de medios que expresa los intereses, los valores y las instituciones sociales.

La red es el nuevo escenario de interacción y de relación entre los seres humanos, quienes conforman comunidades en torno a intereses o afinidades particulares académicas o sociales. Por otra parte la posibilidad de cortar distancias y el fácil acceso hace que las personas utilicen internet como un medio de comunicación a través del cual establecen contacto con el mundo.

Con base en la reflexión de las anteriores preguntas orientadoras se procede a continuación al análisis y discusión de la pregunta central de la investigación.

⁵⁹ Citado por DE MORALES, Op cit.

5.4 ¿CÓMO REDEFINIR LA RADIO UNIVERSITARIA DE LA UPB EN UN ENTORNO GLOBAL, MULTIMEDIAL E INTERACTIVO COMO EL QUE OFRECE LA VIRTUALIDAD?

Internet le cambió el papel a los medios según lo planteado por López Vigil⁶⁰; así mismo Castells⁶¹ lo denomina como “el corazón articulador”, con lo que se trasciende la definición netamente tecnológica. La realidad propone que los medios de comunicación análogos o tradicionales se están redefiniendo para migrar a un escenario virtual, pero la virtualidad propone otros desafíos, nuevos lenguajes y narrativas.

El discurso que se ofrece en internet es el resultado de nuevas lógicas donde la noción de tiempo y espacio también se redefinen y los usuarios inician una interacción distinta con el medio, pues pasan de ser audiencias que reciben a ser personas autónomas que consumen lo que les interesa y además generan contenidos. Se acaba el modelo unidireccional funcionalista y cada persona se vuelve protagonista en el proceso.

En la actualidad, las tecnologías digitales permean todos los espacios de relación e intercambio social y la radio no puede desconocerlo. Rodero menciona al respecto que el producto de la radio virtual ofrece mucho más que la transmisión de sonidos; lo multimedia representa nuevos retos en un diálogo que ya no es lineal sino simultáneo y multidireccional. De esta manera la estructura

⁶⁰ LÓPEZ VIGIL, Op. Cit

⁶¹ Citado por DE MORALES, Op. Cit

convencional de una emisora, cuya parrilla de programación es emitida según determinados horarios, se replantea.

Las percepciones que tienen los encuestados acerca de lo que es la radio virtual, coinciden con lo propuesto por Rodero al esperar del medio mucho más que audio. La emisora virtual de la UPB sigue siendo fundamentalmente sonido puesto en la red, con algunos recursos convergentes complementarios. Por tanto redefinirla supone también, enriquecerla con recursos multimedia. A su vez estos recursos proponen una forma distinta de interacción, pues en estas condiciones se supera la inmediatez y se deja de estar sujetos a una temporalidad. Al incluir opciones como los podcats, se podrían llenar algunas de las expectativas de los participantes de poder escuchar los contenidos en tiempo no real e incluso poder descargarlos y reproducirlos en cualquier momento.

Esas posibilidades de interacción que la evolución de la tecnología informática ha facilitado, generan como resultado que las personas – usuarios encuentren en la red mayor participación y un papel más activo en el quehacer de los medios. Para iniciar, el modelo de participación convencional a través de una llamada telefónica, aunque es posible, de cierta forma se ve desvirtuado ante la multiplicidad de alternativas que ofrecen las TIC para hacer contacto con las radios *on line*.

Sobre este particular, un aspecto importante a tener en cuenta se ve reflejado en las encuestas, dado que el ingreso a redes sociales es una constante y estas facilitan la participación. En el caso de la emisora cada programa tiene su página en Facebook y además algunos en Twitter; es así como las personas que los siguen, opinan sobre un tema, dejan algún comentario, responden a una pregunta

o incluso acompañan la realización por medio de un chat o foro y como consecuencia estas herramientas se convierten en estrategias para captar más y más seguidores.

Las formas de participación se redefinen, de acuerdo con Lévy⁶² no necesariamente como una sustitución de las maneras tradicionales de interacción, sino como una nueva posibilidad en el escenario virtual.

Cabe mencionar en este sentido que la participación en el ciberespacio también radica, como ya se mencionó, en el rol activo que tienen las personas para convertirse en generadores de contenidos. Por una parte a través de las redes sociales, de la creación de blogs o gracias al Skipe que proporciona las condiciones para conectarse y producir un texto* desde cualquier lugar; complementando la dinámica con la libertad de obtener imágenes por medio de una *web cam*.

En un contexto educativo (en el caso específico de este proyecto una universidad) las formas tradicionales de aprendizaje se complementan en la interacción con las TIC y con los entornos virtuales. La radio virtual de la UPB se redefine así para generar nuevas formas de comunicación y educación por medio de la participación. Para lograrlo y conservar ese sentido de ser centro difusor de las diferentes manifestaciones sociales y culturales del entorno universitario y regional, debe promover y garantizar la participación de todos los estamentos que la conforman. Lo anterior traza unas metas necesarias para lograr lo propuesto.

⁶² VALIENTE. Op. Cit. Pag 138

*Léase texto como un contenido coherente, en audio, video o escrito.

A partir de los resultados, es una constante en los instrumentos aplicados la importancia de integrar todas las facultades que conforman la universidad pues en la práctica es principalmente la facultad de comunicación social – periodismo la que tiene una mayor producción. En los grupos focales, por ejemplo, se hace énfasis en la necesidad de vincular a los diferentes estamentos para que hagan parte del espacio, se privilegie la participación y de esta manera lograr el reto de consolidarse como una radio universitaria.

Otro desafío que proponen los participantes lo representa el tipo de contenidos que se producen actualmente en la radio virtual UPB, que siguen siendo limitados al carácter institucional y local. En las encuestas se lee el interés por abordar temas universales o proyectar lo cercano de manera más global. Esto es relevante si se tiene en cuenta que existe una parte significativa de usuarios que están en otras regiones del país y del mundo.

Frente a esto, en los talleres se habló inicialmente del carácter masivo del medio, dado que esta característica permite el fácil acceso a los contenidos que la radio emite; al tiempo que se convierte en una compañía de los oyentes. Al hablar de lo virtual se reconoce como un medio universal que conecta con el mundo. Sin embargo se pudo evidenciar en la encuesta que factores como la brecha digital y tecnológica, la calidad en la conexión y la capacidad que tenga la página web se convierten en limitaciones.

Por otra parte y de acuerdo con los resultados de esta técnica, la comunidad universitaria accede a internet para consultar información de manera selectiva lo que corrobora los planteamientos de Cebrián Herreros frente a los nuevos hábitos de consumo en internet. Al redefinir la radio virtual de la UPB resulta de gran importancia contrastar esa información con lo que se trabajó durante los talleres, para crear una programación que cumpla con los objetivos ya mencionados de la radio universitaria pero que al mismo tiempo incluya las características de los nuevos lenguajes.

De esta manera el uso del hipertexto, la utilización de aplicaciones, chats, foros, cartografías sonoras, Blogs, Podcast y conexión con las redes sociales son estrategias que facilitan la participación, la integración de aspectos que formulan la nueva manera de sentir, pensar, escuchar, ver y hacer una radio virtual universitaria que resulte atractiva e incluyente.

6. CONCLUSIONES

Para la presentación de las conclusiones de este trabajo se retomarán los objetivos propuestos al inicio de la investigación.

- *Identificar las narrativas, estéticas y formas de interacción más efectivas en una emisora virtual universitaria para la formulación de propuestas que permitan el fortalecimiento de su parrilla de programación.*

Frente a este objetivo es posible señalar que los hábitos de consumo y uso de internet han cambiado, lo que determina nuevas dinámicas de producción ante usuarios que demandan contenidos de manera selectiva. De lo anterior se deriva una mayor exigencia en la calidad de estos contenidos, lo que requiere un notable aprovechamiento de las posibilidades sonoras que ofrece internet, así como la exploración creativa de la expresividad que aportan los elementos del lenguaje radiofónico.

De acuerdo con lo anterior, los usuarios tienen el poder para buscar la información, como sugiere Cebrián Herreros, a manera de autorservicio. La radio virtual, debe acudir así a nuevos lenguajes relacionados con el uso de las TIC. El hipertexto, los podcats y las redes sociales proponen nuevas formas de participación e interacción con el medio, lo que facilita la personalización de la información.

Esos nuevos lenguajes plantean y exigen la utilización de formatos, principalmente cortos, que privilegien la especialidad en un tema determinado con un tratamiento sonoro adecuado que se complementa con otros recursos como el video y la imagen, así como vínculos a otros lugares en la red que les permita conocer más sobre el contenido abordado. La radio virtual es mucho más que sonido en la red.

- *Analizar el uso educativo y participativo de una radio virtual en la comunidad de una universidad.*

Frente a este objetivo se concluye que la radio universitaria constituye un espacio de comunicación que en el contexto educativo fortalece todas las actividades de la institución. Al migrar al escenario virtual, facilita la proyección hacia lo global de los procesos de docencia, lo que impulsa a la institución, pero también de difusión de las acciones de investigación y extensión que adelante. Para lograrlo es necesario promover la participación de todos los estamentos de la comunidad, a través de la implementación de estrategias como la divulgación, la capacitación y la aplicación de mayores recursos multimedia que aporten las condiciones para una mayor integración.

La radio virtual universitaria debe redefinirse dejando atrás los esquemas de radio convencional, que se desvirtúan en el nuevo escenario. La interactividad es una característica fundamental que permea la nueva razón de ser del medio y brinda una multiplicidad de posibilidades sonoras relacionadas de manera simultánea o no con informaciones, producidas en algunos casos por los mismos usuarios a través de las TIC.

- *Determinar las posibilidades que presenta una emisora virtual universitaria en la promoción de la investigación, la extensión y la docencia.*

Esta es una posibilidad intrínseca de todas las emisoras universitarias, independientemente del tipo de tecnología de transmisión que utilicen. Su verdadera aplicación reside en el proyecto educativo que la oriente. Es probable encontrar emisoras universitarias orientadas más hacia la difusión del arte y la cultura, pero también es probable encontrar emisoras de este tipo preocupadas por desarrollar una parrilla de programación que responda a los pilares de la educación superior: la investigación, la extensión y la docencia.

En el ámbito de la virtualidad estos aspectos se pueden potencializar en razón al carácter global que caracteriza a las emisoras que operan exclusivamente por internet, en tanto esta condición permite una mayor universalidad en los contenidos y las audiencias.

Para finalizar y frente al objetivo principal de este trabajo:

- *Comprender las nuevas definiciones y usos educativos de una radio universitaria desde la virtualidad.*

Es posible concluir que las emisoras universitarias que operan exclusivamente por internet son hoy por hoy un reflejo de la complejidad que históricamente ha caracterizado el concepto de la Universidad como institución de la sociedad. A diferencia de las emisoras universitarias tradicionales o análogas, éstas se encuentran asistiendo a la necesidad de posicionarse no sólo como medios

masivos de información de carácter institucional, sino también como sistemas interactivos de comunicación altamente participativos, en donde todos los estamentos de la comunidad universitaria pueden y deben hacer parte.

Lo educativo en las emisoras virtuales universitarias, en tal sentido, no se entiende solamente desde los contenidos que allí se abordan, sino también desde la manera como se construyen sus contenidos y se relacionan la institución, sus públicos, sus realizadores y sus oyentes; entendiendo que todos estos pueden actuar simultáneamente en un rol o en otro.

Se trata entonces de sistemas interactivos de comunicación que tienen la necesidad de usar creativamente las herramientas tecnológicas e hipertextuales, sin alejarse de los principios constitutivos de los medios de comunicación, alrededor de la información, el entretenimiento y la educación y enmarcados en los pilares de la educación superior ya señalados: la investigación, la extensión y la docencia.

7. RECOMENDACIONES

A partir de los resultados de esta investigación se evidencia la necesidad de contar con una infraestructura tecnológica adecuada que garantice la calidad y agilidad en la conexión a internet, facilite la rapidez en el acceso y los tiempos de descarga, así como la velocidad para reproducir y disfrutar de las diversas aplicaciones multimedia que enriquecen la radio virtual.

También resulta importante fortalecer la página web de la emisora con el fin de aprovechar todos los recursos que ofrece internet y que de esta manera, los usuarios puedan encontrar, además del audio, un portal de información que incluya chats, foros, video e imagen entre otros.

A partir de las nuevas dinámicas de producción y consumo del medio virtual, se considera relevante implementar el uso de los podcats para ofrecer la opción a los usuarios, por una parte de escuchar los contenidos en tiempo no real y por otra de descargarlos.

El desarrollo tecnológico brinda la posibilidad de acceder a la red a través de cualquier dispositivo con conexión inalámbrica. Esta es una ventaja que debe aprovechar la emisora virtual de la UPB, de manera que los usuarios puedan ingresar desde sus teléfonos móviles, smartphones, tabletas, etc.

La participación es un componente fundamental dentro del proyecto, es por esta razón que deben crearse estrategias que faciliten la vinculación de todas las

facultades de la universidad dado que hasta el momento la Facultad de Comunicación Social – Periodismo es en mayor porcentaje la que aporta la programación; así mismo, es necesario buscar la integración con otros estamentos de la comunidad universitaria como administrativos y egresados.

Igualmente resulta fundamental provechar el papel que juegan las redes sociales en la cotidianidad de los estamentos de la universidad, para hacer una mayor divulgación de la radio virtual y su programación.

Es necesario vincularse a redes de radios nacionales o internacionales, como es el caso de la Red de Radios Universitarias y cadenas internacionales de radio, con el propósito de realizar intercambio de contenidos informativos o educomunicativos y de esta forma enriquecer el proceso y la programación.

Finalmente, se recomienda garantizar una constante dinámica de capacitación y formación de los participantes-realizadores para que conozcan por una parte la narrativa del medio y por otra las ventajas que ofrecen las TIC, para complementar y fortalecer el proceso educomunicativo que subyace a una emisora virtual universitaria.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, Alfredo. Proyecto Diseño y montaje de la emisora virtual de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana, 2007.

BONILLA, Elsy y RODRÍGUEZ Penélope. Más allá del dilema de los métodos: La investigación en Ciencias Sociales. Bogotá: UNIANDES, 1995.

BRIONES, Guillermo. La investigación social y educativa. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1999.

CASASÚS, Josep María. Perspectiva ética del periodismo electrónico. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en internet: http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-3-Pone/7-3-03.htm.

CASTELLS, Manuel. La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red. México: Siglo XXI, 1999.

CASTRILLÓN, Érika. y ZAMBRANO, Juan. Usos: Conceptos y posturas generales p.1. Texto de trabajo para el grupo EAV.

CEBRIÁN, Manuel. La radio en la convergencia multimedia. Barcelona: Gedisa, 2001.

DE MORALES, Denis. Por otra comunicación. Barcelona: Icaria Editorial S.A., 2005.

DÍAZ, Javier y SALAVERRÍA, Ramón. Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel, 2003.

EL'GAZI, Jeanine. Que suene la radio: Guía de trabajo del taller de producción radial. Bogotá: Ministerio de cultura, 1998.

GAVIRIA, Guillermo. La Radio Universitaria en Colombia. Revista Javeriana, abril de 2004. Documento en Línea disponible en: http://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio_universitaria_en_Colombia_-_G_Gaviria.pdf

GUMUCIO, Alfonso. Haciendo olas: Historias de comunicación participativa para el cambio social. New York: Fundación Rockefeller, 2001.

HERNÁNDEZ, Roberto. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill, 1991.

KAPLÚN, Mario. De medio y fines en comunicación. Revista Chasqui No. 58, Junio de 1997. Disponible en internet: <http://www.comunica.org/chasqui/kaplun.htm>

KAPLÚN, Mario. Una pedagogía de la comunicación. Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

LAMARCA, María Jesús. ¿Qué aporta la estructura hipertextual? En: Revista Chasqui No. 70, Junio de 2000. Disponible en internet: <http://www.hipertexto.info/documentos/aportacion.htm>.

LEWIN, Kurt. Action research and minority problems. Journal of Social Issues, 2. 1946.

LÓPEZ GIL, Marta. Zonas Filosóficas: Un Libro de Fragmentos. En: Disponible en internet: <http://books.google.com.co/books?id=dAxKy14RxdEC&pg=PA215&dq=Paul+virilio+cibermundo#v=onepage&q=Paul%20virilio%20cibermundo&f=false>.

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quito: Editorial Silva, 1997.

MARTÍNEZ, María del Pilar. La Radio en la Era Digital. Madrid: El País Aguilar, 1997.

MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Para hacer radio: pensando en el oficio de la radio participativa. Bogotá: OP Gráficas, 1997.

PABÓN, Andrea. Propuesta para la creación de la emisora virtual de la Universidad Pedagógica Nacional. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana, 2007.

RESTREPO, Bernardo. Una variante pedagógica de la investigación-acción educativa. Revista Iberoamericana de Educación, Versión electrónica, diciembre de 2002. Disponible en Internet en: <http://www.rieoei.org/deloslectores/370Restrepo.PDF>

RODERO, Emma. La radio en internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red. En: http://upf.academia.edu/EmmaRodero/Papers/330159/La_radio_en_internet_el_reclamo_de_un_nuevo_producto_radiofonico_disenado_para_la_red.

SANDOVAL, Carlos. Investigación cualitativa. Programa de especialización en teorías, métodos y técnicas de investigación social. Bogotá: ICFES-ASCUN, 1996.

VALDERRAMA, Carlos. (Editor). Comunicación – educación. Coordenadas, abordajes y travesías. Bogotá: Siglo del hombre, 2000.

ANEXOS

ANEXO A. Cuestionario encuesta Etnográfica

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

ENCUESTA ETNOGRÁFICA

Objetivo:

Indagar acerca de las preferencias de consumo de internet y radio virtual en la comunidad universitaria de la UPB Seccional Bucaramanga

Sexo: _____ **Edad:** _____

Vinculo con la UPB: Estudiante__ Docente __ Administrativo__

Facultad o Dependencia:

Por favor responda de manera amplia y sincera las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es la principal razón por la que accede a Internet y por qué?

2. ¿Qué tipo de contenidos consume Usted a través de Internet?

3. ¿Qué tipo de música escucha a través del computador o por Internet y por qué prefiere ese género?

4. ¿Qué conocimiento y opinión tiene de las emisoras que operan exclusivamente por Internet?

5. ¿Cuáles considera usted son las ventajas de una emisora que opera exclusivamente por Internet?

6. ¿Cuáles considera usted son las desventajas de una emisora que opera exclusivamente por Internet?

7. ¿Qué contenidos considera Usted debería contemplar la emisora virtual de esta Universidad?

8. ¿Qué propuestas debe desarrollar la emisora virtual de esta universidad para estimular la participación de la comunidad universitaria en la estación?

¡Gracias!

Sistematización Encuesta etnográfica

Nº	Sexo	Edad	Vinculación a la UPB	Facultad	¿Cuál es la principal razón por la que accede a internet y por qué?	¿Qué tipo de contenido consume usted a través de internet?	¿Qué tipo de música escucha a través del computador o por internet y porque prefiere ese género?	¿Qué conocimiento y opinión tiene de las emisoras que operan exclusivamente por internet?	¿Cuáles considera usted son las ventajas de una emisora que opera exclusivamente por internet?	¿Cuáles considera usted son las desventajas de una emisora que opera exclusivamente por internet?	¿Qué contenido considera usted debería contemplar la emisora virtual de esta Universidad?	¿Qué propuestas debe desarrollar la emisora virtual de esta universidad para estimular la participación de la comunidad universitaria en la estación?
1	F	20	Estudiante	Adm. De empresas	Información ocio investigación	Periódicos, redes sociales	Electrónica, por gustos y preferencias	La mayoría de las emisoras provienen de entidades privadas que son buenas pero les falta más contenido investigativo y menos basura	Comodidad	Confiabilidad de que se esté transmitiendo en directo y no esté pregrabado	Investigación, educación, temas de interés social	Temas de actualidad y educación
2	F	20	Estudiante	ADN. De empresas	Por consulta académicas y por ocio para des aburrirme y buscar noticias mundiales	MSN, facebook, dinero, twitter, portafolio	Música POP	La verdad no escucho emisoras por internet, simplemente bajo música de Youtube	Pues la comodidad de uno estar haciendo un trabajo y de tener una emisora donde se pueden escuchar diversos contenidos	Que son muy lentas	Contenidos académicos, temas institucionales , actualidades de moda	Que no sea todo católico, que hagan concursos y programas interesantes
3	M	17	Estudiante	Adm. De empresas	Comunicarme con las personas conocidas y	Contenidos varios, ejemplo, deportes	Vallenato, salsa, reggaetón, electrónica.	No se	No se	No se	Organización de eventos, actualización de que pasa	No se

					no conocidas en horas inapropiadas y en momentos que no pueda comunicarme con ellos de frente, ni vía telefónica	música, etc., contenidos que pienso que necesito	Son varios géneros que he crecido con ellos, transmiten lo que pega en todo lado				en la universidad, etc.	
4	M	20	Estudiante	Adm. De empresas	Por consultas académicas y por ocio	Noticias, facebook, correo	Electrónica, pop, por gusto	Son pocas, y muchas veces los links para acceder no funcionan	Que personas de diferentes regiones o latitudes pueden escuchar los temas tratados	Si es en la universidad la red no le prestaría para que funcione, ya que la velocidad de carga es nula	Temas de interés para la carrera, ejemplo, temas de administración de empresas ámbitos socio económicos	Que el contenido sea diverso no solo temas religiosos, sino temas culturales y temas actuales
5	F	18	Estudiante	Adm. De empresas	información y entretenimiento	MSN, facebook, youtube, google, virtualupbb noticias, el espectador, la república, portafolio	Vallenato, reggaetón, pop, salsa, rock, porque me gusta y me divierte	La mega, Tropicana	Que se puede escuchar mientras realizamos nuestros quehaceres. Que tienen otro medio de ser transmitidos	Tienen poca publicidad	Información sobre los encuentros de la U, conocimiento de cultura general, invitar a los estudiantes, profesores y administrativo a participar e integrarlos a la emisora	Concursos por carreras o semestres, reconocimientos
6	F	18	Estudiante	Adm. Y negocios internacionales	Por entretenimiento, investigación,	msn, facebook, Google, portafolio,	Pop – rock, porque me parece lo más ideal		Que es de fácil acceso mientras se trabaja en algo	En caso que no se tenga red, no hay acceso	Contenido informativo, investigación y	Promocionar dentro de la universidad en los lugares que se pueda

					información	youtube	para escuchar y me identifico con ese tipo de música		que se esté utilizando, ejemplo, investigación		entretenimiento	
7	M	20	Estudiante	Adm. Y negocios internacionales	Por investigar temas que desconozco, en ocasiones por que me siento aburrido	Por medio de motores de búsqueda, paginas de interés, temas que me parecen interesantes, historia, música, política de Colombia	Vallenato, me gusta y lo prefiero porque me siento bien y me identifico con este genero	La verdad no conozco muchas, pero cuando escucho identifico que el contenido es mayor al de una emisora radial local	Es más factible que sea sintonizada	Que casi no tiene publicidad	Una gran variedad y no centrarse en uno solo	Pues sería muy bacana que la UPB tenga su propia emisora
8	M	19	Estudiante	Adm. Y negocios internacionales	Jugar y chatear	Facebook MSN	De todo	Ninguna	No se	Creo que las limitaciones de solo poder escucharlas en internet	No se	Sería muy interesante
9	F	21	Estudiante	Ing. Industrial	Para mirar que nueva información me ha llegado	e-mail, facebook, YouTube, noticias, Google	Pop, rock, R and B, porque me identifico con estos géneros	En realidad no conozco muchas, y tampoco las escucho, aunque sería chévere que saliera siempre en paginas principales	Una ventaja es que puede llegar a mucha gente	Que son poco conocidas y no existe la cultura de escuchar una emisora por internet	Que considere eventos de interés, no solo académico. La emisora debería tener un enlace en la página principal de la universidad	Poner bafles en las zonas de dispersión de la U en donde se coloque música y en donde se haga publicidad a la página web de la emisora

10	F	24	Estudiante	Ing. Industrial	Trabajos, porque es el lugar donde más consultas fáciles se pueden hacer	Música, consultas para trabajos, facebook, MSN	Vallenatos, es el mejor, el que más escucho	Pues son buenas y aunque no parece, tienen buena sintonía, además es un medio al que tienen acceso muchos jóvenes	Pues tienen acceso al público más joven, ahora se puede acceder en cualquier lugar	Pues no es conocido aun por todas las personas, que se puede acceder a emisoras por internet, por ello no tiene la sintonía que se espera	No la he escuchado	Participación de estudiantes de diferentes facultades con temas de interés
11	F	20	Estudiante	Ing. Industrial	Investigación y diversión	Facebook, chat, blogger	Pop y rock en inglés	No conozco ninguna	Facilidad de acceso	Caídas del servidor, costos	Música en inglés, noticieros	Divulgar la emisora en la misma universidad
12	M	21	Estudiante	Ing. Industrial	Investigación, estudio, diversión, correo y noticias	Compra de artículos on-line, pasajes, videos y planes de turismo, consulta de información	Todo tipo de música	Son muy buenas, además se pueden escuchar las emisoras regionales y las internacionales preferidas	Se puede dirigir un público objetivo y los usuarios tienen acceso fácilmente	Poca audiencia si no es atractivo	Eventos de la universidad y espacios para los estudiantes	Debe ser interactiva y crear un lazo entre los estudiantes, directivos y los administradores de la emisora
13	M	22	Estudiante	Ing. Industrial	Para buscar información académica, de interés personal, enviar archivos, documentos, oír música y chatear	Música Youtube Fotos Bloggers Flicks	Indi rock, rock en español, drum n bass, acid tecno	La verdad no conozco ninguna, utilizo youtube para buscar música y oírla online	Facilidad de acceso, extensión de horarios, facilidad de interacción	Mala conexión del servidor, falta de publicidad y promoción de la emisora, necesidad de una red y computador para acceder	Eventos que se lleven a cabo en la universidad, actividades que involucren cualquiera de las facultades de la U, programas de diferentes índoles (políticos,	Variedad musical, programas de diferentes índoles (políticos, culturales, deportivos), reconocimiento y promoción de actividades correspondientes a las diferentes facultades y que se desarrollen dentro y fuera del campus

												culturales, deportivos), variedad musical	
14	M	20	Estudiante	Ing. Industrial	La razón por la cual accedo a internet es por suplir una necesidad de algún tema	Lo que más visito son paginas de interés, google, paginas de universidades, paginas internacionales, youtube y facebook	Todo tipo de música (vallenato, merengue, rock en español, etc.) ay muchos avances tecnológicos que me ofrece este medio	Es realmente bueno, debido a que por este medio se logra escuchar muchas notas de interés, de diferentes países o ciudades del mundo	Algo innovador, la información que se logra acceder es de mayor importancia que ayudan a generar conocimiento	La rapidez para acceder a este medio es muy deficiente	Además de música, alcances o logros solicitados que estén afectando a la universidad o a la ciudad como tal, hablar sobre cultura en la ciudad	Hacer publicidad, que ayude a que los estudiantes se vinculen a esto, mayor conocimiento en temas culturales y sociales	
15	M	25	Estudiante	Ing. Industrial	Para acceder a documentos informativos sobre temas diferentes	Negocios, diferentes políticas nacionales	De todo tipo, no tengo una prioridad por un genero específico	No tengo conocimiento	No se	No se	No se	Dinámica, atractiva	
16	M	19	Estudiante	Ing. Industrial	Por tareas o en ocasiones de tiempo libre	Teoremas, calculo lineal	Vallenato, pero no es muy constante	Ninguna	Creo que llega más fácil al emisor, gracias a que todos estamos todos los días en internet	Ninguna	No sé al respecto	Integrar a toda la comunidad UPB no solo a una facultad	
17	M	18	Estudiante	Ing. Industrial	Búsqueda de información y entretenimiento	Deporte información	Pop, rock, vallenato, electrónica	Muy interactivo, algunas con un buen contenido de	Mayor audiencia de las personas que ingresan a internet, pues	Ninguna	Información académica y deportiva interna, noticias	No he escuchado la emisora	

								información, otras son muy ofensivas con un contenido regular	el internet es muy utilizado por todos		importantes a nivel departamental y nacional	
18	F	18	Estudiante	Ing. electrónica	Para des aburrirme	Paginas académicas , paginas de ropa, zapatos	De toda clase	No tengo mucho conocimiento	Pues que como trabaja uno tanto en PC y lo lleva a todos lados pues tiene un ente informativo al lado	No creo que tenga desventajas	No se	No se
19	F	17	Estudiante	Ing. electrónica	Investigaciones, requiero cumplir con labores académicas	Facebook, Hotmail. MSN	Vallenato, tropipop, pop, porque son afines	Ninguno	No creo que tengan ventajas	No tienen acceso ni publicidad	Información de las actividades que se realizan	Darla a conocer (publicidad temas a tratar)
20	M	19	Estudiante	Ing. electrónica	Investigar sobre actualidad dejadas por la universidad	Porno rico	Todos los géneros	Ninguno	Ninguna	Ninguna	Todos	Darse a conocer y poner música actual que la gente disfrute y además proponer temas más interesantes
21	M	20	Estudiante	Ing. electrónica	Para buscar alguna información que necesite	Cultura general, música, información de mi carrera	Jazz, clásica, reggae, aunque me gusta la música cultural	Muy poco y realmente poco me importa	No creo que tenga musca ventajas porque si no son promocionadas o tienen publicidad de estas nadie sabrá que existen	Que no todo el mundo tiene acceso a internet	Música cultural, información productiva y que alimente culturalmente	Debe tener muchas propuestas porque no todos los estudiantes piensa igual
22	M	20	Estudiante	Ing. electrónica	Por ser una	De todo	Rock, lo	Me parecen	Las ventajas es	Que les falta	Información	Considero que deben

					fuelle de información y por mantener conectarme a una red global de personas	tipo, informativo, deportes, noticias, entretenimiento, etc.	prefiero porque considero que es música de la bien hecha con esfuerzo y clase	buenas, ya que buscan medios diferentes para emitir la información que quieren	que no tiene límites de cobertura, pueden emitir a cualquier parte del mundo	un poco de publicidad ya que la gente no las conoce por lo tanto no acceden a ellas	importante para los estudiantes como eventos, noticias, novedades, etc.	publicarla y tener como objetivo principal a los estudiantes
23	M	20	Estudiante	Ing. Civil	Buscar información cuando la necesito y en otras ocasiones a facebook y MSN	Lecturas, artículos, investigaciones	Salsa, vallenato, pop, porque es de mi preferencia estos tres tipos de música	La verdad por medio de internet nunca he escuchado emisoras y muy poco conocimiento	Debe ser muy importante ya que la mayoría de personas utilizan este medio constantemente e por tal motivo sería conveniente crear una de estas	No la verdad, no considero desventajas	Lo que pasa a diario en la universidad, cursos que salen constantemente, artículos de inertes	Propuestas de interés para los estudiantes de la universidad, algo que llame la atención, como concursos, etc.
24	F	19	Estudiante	Ing. Civil	Por estudio y entretenimiento	Información amigos	Vallenato, reggaetón, porque me gustan la letras de las canciones	No las conozco	No se	No se	No se	No se
25	M	18	Estudiante	Ing. Civil	Para investigar o chatear	Información Amigos	Reggaetón y electrónica, porque me gustan	no las conozco	No se	No se	No se	No se
26	M	18	Estudiante	Ing. Civil	Entretenimiento, porque me entretengo en los ratos	Facebook MSN	Electrónica y música variada	Sinceramente no se ha llamado la atención	No encuentro ventajas	No se	No se	No se

					libres							
27	F	22	Estudiante	Ing. Mecánica	Para investigar cosas para la universidad	Facebook, paginas académicas y música	De todo	Muy poco	Localidad de sonido, la disponibilidad, encontrarlas fácilmente	El costo de servicio de internet	No la conozco	No las conozco
28	F	25	Estudiante	Ing. Mecánica	Para revisar mi correo y para estudiar	Redes sociales, académicas noticias, videos, entretenimiento	Tropipop, paulina Rubio, electrónica	Si tengo conocimiento y opino bien, prefiero buscar en youtube lo que quiero escuchar en ese momento	Pues casi todo el mundo tiene internet y no todo el mundo tiene un minicomponente o artículo para escuchar su emisora, es fácil	No sé, fallas en internet, como que se cae la red o algo así	Debe tener contenidos de cultura, temas de interés a la población universitaria como son: actos violentos, efectos de las drogas y también que promuevan especializaciones y cursos en otros países	Involucrar contenidos atractivos para los estudiantes, divulgación de eventos, actualización de servicios brindados por la universidad
29	M	19	Estudiante	Ing. Mecánica	Información: obtener conocimiento acerca de un tema en específico	Música, videos, documentos, etc.	Merengue, vallenatos, salsa, etc.	No escucho emisora	Si la emisora es de carácter internacional. La categorizaría como información	Solo donde halla señal de internet funciona	No se	No se
30	M	19	Estudiante	Ing. Mecánica	Investigación y comunicación con mis amigos y familiares	Información en general, deportiva, educativa y diversión	No escucho música por vía internet ni en el computador	No escucho emisoras por internet	A pesar de que no escucho emisoras no le veo ninguna ventaja	Me parece que se produce un mayor consumo de energía	La verdad nunca he escuchado la emisora no podría opinar	No podría opinar

						en general como juegos online						
31	F	20	Estudiante	Ing. Ambiental	Buscar información	Páginas de información, facebook, youtube, google, wikipedia, Hotmail	De toda clase, la bajo por ares	Oxigeno, Tropicana, la FM	Que tiene más acceso a información que otras emisoras por radio, que no tenga acceso a internet	Que estaba expuestas a un alto número de críticas de todo el mundo	No se	No se
32	F	18	Estudiante	Ing. Ambiental	Entretenimiento	Google, facebook, youtube, pagina de la U	Baladas	Solo escucho los 40 principales por internet	Cuando no tiene un radio a la mano y se puede verla grabación en vivo	Que se necesita un internet de buena calidad para escuchar todo muy bien	No se	No se
33	M	23	Estudiante	Ing. Ambiental	Ocupar el tiempo libre	Paginas sociales, MSN, académicas	Reggaetón, electrónica	Si, conozco varias, es casi lo mismo que la radio común	Facilidad de acceso	No todo el mundo accede a estas	Musicales, información de la universidad, noticieros	Publicidad, campañas de integración
34	M	23	Estudiante	Ing. Ambiental	Relacionarme con la gente	Informativos, profesional y educativos	Rock, pop, vallenato	Son muy pocas escuchadas por la poca publicidad que se ha dado	Mayor contacto con la información tanto auditiva como visual, es ágil y didáctica	Solo aquellas personas que tienen acceso oportuno a internet podrán gozar de este canal de información	Programas de información donde el estudiante pueda debatir sus inquietudes, obviamente su espacio musical e información de primera	A través de la publicidad de la misma emisora y publicidad por medio físico

											mano	
35	F	20	Estudiante	Ing. Informática	Lo hago con el fin de investigar sobre temáticas vistas en clase, en base de datos institucionales (epsco), además me gusta los juegos online y acceder a mi perfil en facebook	Chats, MSN, bases de datos	Rock electrónica	Conozco las más comerciales como la mega y amor stereo	Es más accesible	Los enlaces satelitales se caen	Culturales pero juveniles, deportivos, musicales	Difundir mas las propuestas radiales, crear programas que den mayor participación a los estudiantes
36	F	24	Estudiante	Ing. Ambiental	La principal razón es para mantenerme actualizada de lo que sucede en nuestro alrededor, para que el internet es de los medios más rápidos y eficaces en cuanto a la transmisión de la información	Redes sociales, informativos culturales	Todo tipo de música	Que son de gran importancia porque completan la información y tiene una ventaja muy grande que se puede sintonizar en cualquier parte del mundo	Se puede acceder desde cualquier lugar del país	Que muchas veces la mayoría son pregrabadas y es mejor en directo de tal forma que pueda interactuar con la participación de la audiencia	No la conozco	Que sea un espacio donde puedan hacer prácticas o motivarlos con ofrecerles horas para el complemento de los requisitos que exige la universidad
37	M	23	Estudiante	Ing. Ambiental	Buscar información académica y deportiva	Noticias, videos, facebook	Pop, salsa y merengue	Son buenas	Se pueden escuchar en cualquier parte del mundo	Costos, no todo el mundo tiene un	No se	No se

										computador y difícilmente podrá tumbar a los radios normales		
38	M	21	Estudiante	Ing. Informática	Por investigación y comunicación	Google para búsquedas de información y facebook para comunicación y entretenimiento	Electrónica, me gusta el género	Son un recurso tecnológico útil	Conexión con emisoras internacionales buena calidad de emisión	La necesidad de un PC	Contenidos de entretenimiento	Deben desarrollar y promover temas de entretenimiento en general
39	F	22	Estudiante	Derecho	Por necesidad de investigación es más real y didáctico buscar en internet que en libros	Variado: cultural, deportiva, económica, laboral, en general en todos los aspectos pues es variable	Vallenato, es mi género favorito y soy 100% vallenatera	No las utilizo nunca, por lo que no tengo una opinión personal, lo único que sé por la gente que la utiliza es que son buenas	La facilidad, ya que normalmente la tecnología actual se basa en internet	Que no llega a las personas que se les dificulta tener recursos para la compra de un computador, no todos tienen la oportunidad de acceder	Derechos y deberes del estudiante, medios para defenderlos y denunciar las decisiones importantes, motivar a los estudiantes	Temas importantes para los estudiantes, crear espacios libres
40	F	22	Estudiante	Derecho	Por información, diversión y por distraerme, aunque realmente casi nunca lo	Música, jurisprudencias, información académica, juegos	Romántica, vallenatos, reggaetón y merengue	Realmente nunca las he utilizado, no sé que son	No se	No se	No la he escuchado	La verdad no estoy empapada del tema, por lo cual no puedo opinar

					hago porque me cansa y no me gusta							
41	M	21	Estudiante	Derecho	Estudio	Educación, deporte, distracción, diversión	Vallenato: porque es el ritmo de mi tierra	Falta publicidad	Radio de alcance más amplio	Solo funciona con internet	Espacios de diversión	campañas
42	M	20	Estudiante	Derecho	Investigar trabajos, estudiar, aprender, conocer, hablar con amigos	Educativos, de entretenimientos	Rock, porque es diferente	No escucho emisoras por internet	No se	No se	Información	Música, información, noticias
43	F	20	Estudiante	Com. social	Para buscar información que necesito o intereses ya sea para la academia u otro aspecto	El tipo de contenido es noticioso, cultural, muchos ámbitos en general, también por las redes sociales y el correo electrónico	Me encanta la música en ingles sobretodo el rock y la electrónica	Conocimiento como tal no tengo y opino que es una buena alternativa para informarnos	Que los contenidos se manejan ágilmente, se puede escuchar en cualquier momento y se puede interactuar mucho más sobre los temas	Que excluye a cierto tipo de personas que no tengan recursos para acceder al internet	Debe tener contenido informativo, culturales, de entretenimiento y demás	Una propuesta comunicativa objetiva a todo el público, que cualquier persona de la universidad pueda participar en los programas
44	F	21	Estudiante	Com. social	Para ingresar a las paginas como facebook, Hotmail y utilizar el MSN	De entretenimiento y educativos	Escucho todo tipo de música	Las emisoras virtuales permite un mejor acceso ya que se puede escuchar los	La accesibilidad y la usabilidad	Las desventajas serian que no se tenga el medio para acceder a la emisora por	Educativos, actualidad	Que hagan más promoción a la emisora e incentiven la participación de los estudiantes por medio de encuentros donde se expongan los

								contenidos en cualquier lado y a toda hora		internet		contenidos y utilidades que se puedan obtener al utilizar la emisora virtual
45	F	21	Estudiante	Com. social	Entretenimiento: ver videos, escuchar música, buscar información (trabajos)	Noticiosos, entretenimiento	Por, por gusto	Muy poco				
46	F	20	Estudiante	Com. social	Por trabajos, por divertirme	Facebook	Pop	No escucho emisoras por internet				
47	F	19	Estudiante	Com. social	Para hacer trabajos, entretenimiento	Facebook, noticias de periódicos y medios de comunicación, tv	Vallenato	Mínimo, no escucho emisoras por internet				
48	M	19	Estudiante	Com. social	Diversión y búsquedas	Redes sociales, búsquedas de material académico, escuchar emisoras	Pop en ingles y electrónica	Fácil acceso y dinámicas	Mas fácil de sintonizar	Que no llega a todos los públicos	Jóvenes, musicales	Mayor divulgación, no solo a los estudiantes de comunicación
49	M	25	Estudiante	Com. social	Desparche	Videos, chat y fotos	Pop, rock, por gusto	Muy poco, no escucho radio por internet	Reducción de costos y publico específico	Lo cerrado de su target	Mas programación en vivo de contenidos académicos y relacionados con la vida universitaria	Proyectar en vivo, actualidad, noticias, deportes y lo que suceda en la UPB

50	M	29	Estudiante	Com. social	Porno, seso, películas x	Sex-porn y nada mas	Reggaetón	La mayoría no tiene objetivos claros y son realizadas por gente que no sabe de radio	Son más rápidas y ágiles y se pueden hacer varias cosas a la vez	Por lo general los productos de estas son regulares	De todo, porque se deben tocar diferentes clases de temas, toda clase de programas peor bien realizados	Hacer una campaña de expectativa porque no se tiene claro si existe esta emisora
51	F	21	Estudiante	Psicología	Busqueda de información, artículos, investigación, MSN, facebook	Documental, ocio	Rock	Hay que buscarlas, las mejores no son las más comerciales	Puede ser escuchada en diferentes sitios, se pueden volver a escuchar archivos	No tienen un impacto local	Información sobre seminarios y actividades de la universidad, música y espacios para los estudiante	Horas libres
52	F	22	Estudiante	Psicología	Para buscar información pertinente para investigar, como actividad de ocio	Información, ocio, bases de datos, etc.	La verdad no tengo preferencia por un genero exclusivo de música, escucho de toda sin exclusión alguna	Ninguna	Que es de fácil acceso en cualquier lugar del mundo	Tal vez está sujeta a críticas y no saber su procedencia, las cuales en muchos casos pueden tener contenidos vulgares	Contenido de preferencia para los estudiantes de la UPB, información importante y necesaria, que la comunidad universitaria tenga la posibilidad de acceder fácilmente fechas específicas para eventos de interés,	Utilizar contenido de preferencia por la comunidad universitaria

											actividades de ocio, etc.	
53	F	22	Estudiante	Psicología	Artículos o investigaciones que estén en relación con mi tesis de grado, medios de comunicación	Tipo investigativo, música, videos	Rock en español, es rico para trabajar y porque me gusta	Una vez estuve en una pagina de varias emisoras y no me gustó ninguna, por eso prefiero no escuchar emisoras por internet	Para encontrar emisoras exclusivas de la música que a uno le gustar	De pronto por el tipo de velocidad del internet no hay buena comunicación, se pausa o hay interferencias	Para diferentes gustos, culturales, deportivos, de chisme en la U, entre otros	Mostrar contenido de interés para la población universitaria
54	F	23	Estudiante	Psicología	Investigar para trabajos y revisar correos electrónicos	Música, videos, artículos	Rock clásico, música social, prefiero este género porque me gusta su melodía y la variedad de instrumentos	Algunas son muy buenas, existen unas extranjeras que tiene muy buen contenido y música	Que hay oportunidades de escuchar muchas más y de diferentes países	Se pausa muy seguido, hay buena señal	Divulgación de contenidos de diferentes facultades, que cada facultad tenga su espacio	Mas divulgación a través de medios
55	F	21	Estudiante	Psicología	MSN, google, para trabajos	Información de investigación	Alejandro Sanz, romántica, porque me concentro mas fácil para hacer trabajos, con música suave	Poco las escucho	Exclusividad, bueno para la gente que la escucha	Que la gente que no tiene asequibilidad a internet no podrá gozar de estas	Música de todo género, variado, información de la U, mensajería, etc.	Mensajería (de cumpleaños, de amistad, etc.), información importante personal o de facultades y respectivos semestres, etc.
56	F	20	Estudiante	Psicología	Investigar,	Informativo	Vallenato,	Ninguno, no se	No se	No se	Informáticos,	Creación de espacio de

					indagar o buscar información o respuestas relacionadas con labores académicas o conocimiento relacionado a lo profesional y en ocasiones buscar distracción o diversión en tiempos de ocio en los cuales me dedico a entrar a MSN, chats y revisar el facebook	s, conocimiento en relación a la profesión estudiada	pop, tropical, romántica. Prefiero esos tipos de géneros por mis gustos y por mi cultura				anuncios importantes, eventos que se van a realizar, charlas con temas de interés para los universitarios como propuestas, opiniones, etc.	opinión, charlas, anuncios, eventos y motivación para la participación de los mismo como creación de espacios de diversión, deporte y música, etc.
57	M	20	Estudiante	Psicología	Estudiar y distraerme, la primera por la cantidad de información disponible y la segunda por los aspectos de ocio que se pueden encontrar	Música, cine, deportes, académicos, redes sociales, comunicación	Punk, rock, ska, reggae, entre otros, tanto por el sonido como por las letras	Sé que existen muchas, algunas son básicamente listas de reproducción, pero no conozco mucho de ellas porque nunca las uso	El acceso de manera universal o mundial	La gente que tiene acceso a internet casi no las usa y también hay mucha gente que no tiene acceso a internet	Musicales, culturales, noticias	Manejar o conocer la universidad, tendencias de la comunidad para que se sientan identificados
58	M	19	Estudiante	Psicología	Para mirar mis correos, para comunicarme con otras	Facebook, MSN, música	Rock, más que todo videos de rock en ingles	Poco conocimiento, pero la que he escuchado me ha parecido	Que puede tener más oyentes en sintonía ya que la mayoría de	Que hay poco conocimiento de las emisoras en la red	Información de la universidad, eventos, noticias,	No sé, algo que estimule la participación, pueden ser eventos e información de lo que

					personas y por cuestiones académicas (trabajos)			que tienen una buena sintonía	personas tienen internet y la mayoría de su tiempo la pasan en un computador		debates, invitados, música para todos los gustos	se hace en la universidad, porque creo que falta mas comunicación de parte de la universidad
59	M	19	Estudiante	Psicología	Hacer trabajos, investigaciones y porque no tengo PC en la casa	Buscadores	Vallenato, rock, pop. Porque me gusta esa música y trabajo a gusto con ella	No las utilizo	No se	Que no todos tienen posibilidad de acceso	De todo un poco	Musicales, mensajes, juvenil, interactivo
60	M	21	Estudiante	Psicología	Revisar el correo, chats, investigación y escuchar una emisora on line	Música, MSN, facebook, investigaciones	Rock, pop, vallenatos	Son buenas, solo escucho una en especial y pues manejan nuestros temas de interés	Realmente no considero ventajas pues creo que muchos no tienen PC, por ende no tienen acceso pero es bueno de que existan pues generan acceso en el momento de ambientar la estadía en el PC	Ya las escribí en la anterior pregunta	Música variada, intereses juveniles, temas de aplicación a cada carrera, tener acceso a la cámara y MSN	Darse a conocer en reuniones de facultades, mandar la invitación al correo
61	F	27	Docente	Com. Social	Para obtener información (noticias, académica, personal, etc.) porque necesito para mi ámbito	Informativos, académicos (blogs, paginas especializadas) entretenimi	Rock, pop, salsa, canción social. Me gusta desde siempre, por tradición,	Que son emisoras de calidad, al alcance de todos los cibernautas, aunque poco conocidas,				

					laboral, profesional y personal	ento	región, etc.	pues el gancho es la emisora común que además se puede acceder en la web, peor como segunda opción				
62	F	31	Docente	Derecho	Para consultar correo, búsqueda de información y leer noticias	Jurídicos, políticos, noticiosos	No escucho música a través del computador	No las escucho, aunque estación V no me ha dejado una buena impresión de lo que puede ser. Además creo que solo llegaran a un público pequeño, quizá "selecto"	Que puede escucharse en cualquier lugar del planeta que tenga acceso a internet	El auditorio, no es la mayoría de la población la que tenga acceso. La costumbre del radio es el aparato tradicional	Información novedosa, de tecnología, de avances investigativos, de discusión política	Programas de los estudiantes en cada disciplina
63	F	33	Docente	Ing. Civil	Leer o revisar mi correo, consultar temas de clase o temas de trabajo, enviar correos	Temas relacionados con mi trabajo, noticias	No escucho música por internet	No conocimiento	No hay comerciales, uno mismo puede seleccionar la música	No hay acceso para todo el mundo	Diferentes tipos de música, puede ser medio de comunicación, enseñar diferentes idiomas	Realizar diferentes programas para diferentes carreras, difundir seminarios y actividades gratuitas
64	F	38	Docente	Com. Social	Para consultar el correo electrónico y buscar información específica, para reportar	Consulta de revistas especializadas y documentos interesantes	Ninguna	En algún tiempo escuchaba la W por internet, pero la señal fallaba y luego fue difícil	La posibilidad de llegar a un mayor número de oyentes y no solo a los que estén en la cobertura del	Que la señal no sea muy buena y se caiga o se encuentre entrecortada	Diferentes tipos de música, un informativo o radio revista que informe las actividades	Mayor comunicación sobre su existencia, funcionamiento y las posibilidades de participación

					notas y otros procesos de la UPB en el sistema	s a la cátedra que dicto		acceder por lo cual no la seguí escuchando. Pienso que es una buena opción para estar al día y contar con un medio cercano en el momento del trabajo; lo importante es que funcione bien	dial		de la universidad	
65	F	48	Docente	Depto. formación humanística	Trabajo, para buscar imágenes que me permitan dinamizar las clases, videos, correo electrónico institucional	Académicos	No escucho música por internet	No las conozco	N. A.	N. A.	Culturales	Concursos, una buena programación cultural
66	M	25	Docente	Ing. Industrial	Accedo a internet por motivos de investigación en mi campo de conocimiento y comunicarme con familiares y amigos	Yahoo, facebook, Hotmail, YouTube, AltaVista, mega upload	Música instrumental, música sacra (religiosa), operas, salsa, merengue	Son excelentes, mayor participación de los oyentes, se retroalimenta con mayor rapidez los gustos y sugerencias. Escucho emisoras internacionales y de la policía nacional	Mayor facilidad de acceso y programación de actividades culturales, así como las franjas de música que pueden distribuirse; además la posibilidad de links para escuchar varias veces un	Ninguna	Programas de información institucional, programas con franjas de música (noches de ópera, sábados de salsa)	Jornadas de divulgación sobre los contenidos, franjas y temáticas. Tratar diversidad de temas para captar el interés de muchos radioescuchas

									concierto o una noticia			
67	M	32	Docente	Bienestar uni. área deportiva	Información, entrega de informes y actividades a realizar dentro de la universidad	Deportes, información de trabajo e investigación	Salsa clásica, vallenato. Porque es música del país y está de moda	Gran información de acuerdo al estilo de vida y situación geográfica en que se encuentra	Mayor uso, ,mas información durante las 24 horas del día, y más accesibilidad a todo tipo de público	La afinidad o el tema que lleva al público no llena todas las expectativas comunes	Primero darse a conocer más dentro del público universitario	Relacionar mas y ampliar nuevas temáticas dentro fuera de la universidad para darse a conocer (cultura y deportes)
68	M	49	docente	Ingeniería industrial	Para consultas de información, para mantenerme comunicado	Corre, MSN, google, yahoo	Salsa brava, salsa cristiana. Por sus ritmos y mensajes que permanece en el tiempo, instrumental por letra y estudio	De las que conozco, aplica alto contenido de propaganda	Tener acceso desde cualquier lugar, poder compartir actividades simultaneas en el PC, poder interactuar	La calidad del sonido	Música, secciones de deportes, para divulgar actividades internas, espacios de formación personal, espacios de orientación a la comunidad, actividades de integración, divulgación de conocimiento científico	Involucrar a los estudiantes para tener valoración de horas libres, identificar los gustos musicales de los estudiantes, involucrarse en lo administrativo y técnico como practicas, incentivar actividades extensivas a las familias de la comunidad universitaria
69	M	27	Docente	Psicología	Consultas de investigación, consultas personales	HJCK virtual	Ninguno		Acceso	Limitación e cobertura	Científicos, musicales, de cada una de las facultades	Ampliar la información
70	M	55	Docente	Psicología	Información, lectura de	Revistas, periódicos,	Ninguna	Ninguna	No podía decirle en la	No sobra decir	No conozco lo que tienen	Divulgación de los contenidos y la forma

					revistas o periódicos	mensajería				medida que no uso este tipo de medio			va dirigido
71	F	20	Administrativo	Formación humanística	Consulta de trabajos, información	Informativo e-mail, académico	Pop, rock. Porque es el que me gusta	Conozco y he tenido la oportunidad de conocer algunas cadenas juveniles, me parecen una buena opción		Que pueden mantener información y con un ambiente agradable a las personas que no tienen la opción de escuchar por medio de un radio	No llega a todo público, dependen del servidor que opera el internet, puede llegar a no ser tan buena opción su no se cuenta con una buena señal	Musicales, entretenimiento, noticias de la UPB	Publicidad, promoción
72	F	41	Administrativo	Derecho	Información que me sirva para cumplir con mi labor	Solo la pagina de la universidad	No escucho música por internet			Facilidad para los que pueden ingresar	Las personas que no tiene la posibilidad de ingresar a internet por diferentes motivos, no podrían disfrutar de esta	Temas de farándula, deportes, sociales, actualidad	
73	F	38	Administrativo	Relaciones laborales	Información	Correo electrónico, noticias, youtube	Cualquiera clásica, baladas	Ninguno	No se	No se	No se	No se	No se
74	F	32	Administrativo	Relaciones laborales	Por información y revisión de correos	Correo electrónico, noticias, información respecto	No escucho música por internet	La verdad, no las he escuchado	No se	No se	Música variada, programas de cultura general,	Darse a conocer mas, contenidos variados	

						a mi trabajo					noticieros	
75	F	41	Administrativo	Investigaciones	Realizar consultas del correo, comunicación, búsqueda de información que facilite el trabajo del dpto., correo personal	Noticias Colciencias unired y otros estamentos	No escucho música	Ayuda a mantener a las personas informadas			No la he escuchado	
76	M	32	Administrativo	Sistemas	Consulta y trabajos	Buscadores, mail	No escucho música por internet	Nada	No	No	No sé, no la he escuchado	Valores
77	M	28	Administrativo	Biblioteca	Para consultar trabajos de la universidad	Noticias, deportes, música	Merengue, salsa	Ninguno	No se	No se	Noticias de interés, información general de la universidad, como eventos, concursos, etc.	Que hayan programas con temas agradables para los estudiantes
78	M	25	Administrativo	Promoción académica	Por acceso a la información de manera rápida	Noticias, redes sociales, música	Música en inglés. Por gusto personal y atracción por el idioma	Conozco emisoras españolas, tengo conocimiento de algunas colombianas pero jamás las he escuchado	Tener la información siempre a la mano	Poca promoción de la misma y poca cultura ciudadana para este medio	Temas de la U, eventos internos, externos y en general para toda la comunidad, algunos temas de la agenda ciudadana	Sería interesante involucrar a la comunidad como fuente de información, los estudiantes pueden ser los mismos reporteros
79	M	35	Administrativo	Dpto. nuevas tecnologías	Trabajo, porque mis	Bases de datos,	Balada, pop, clásicos del	Son otra alternativa de	Publico objetivo	La conectividad	Muchos y por demanda de	Tratar muchos temas de actualidad al interior

					funciones están ligadas casi en su totalidad al uso de las TICS	plataformas de contenidos, recursos online, TICS, web 2.0.	rock	comunicación efectiva pues opera por demanda	definido, no está atada a la programación, los usuarios pueden escuchar tantas veces como quieran la música o los programas. Se pueden enviar enlaces a amigos por correo, se integra con las redes sociales	del usuario se requiere de equipo de computo y conectividad a la red	sus usuarios como, música, entrevistas, documentales especiales, capsulas, entre muchos	de la U, qué está pasando, que viene como hacer transmites y chismes claros
80	M	32	Administrativo	Com. social	Buscar información, escuchar música, descargar videos, como medio de comunicación	Música, noticias, deportivas, tecnológicas	Rock en ingles, español. Es mi genero preferido	Tengo poco conocimiento	Tiene una amplia cobertura	Tiene poca locución, solamente se limitan a colocar música, no se tienen un formato claro	Mas variedad en la programación, interacción con la emisora y la universidad	Claras propuesta claras para integrar las diferentes facultades a hacer parte de la programación, que la emisora suene a UPB, que sea dinámica, que no aburra a la audiencia y mucha información actualizada

Anexo B. Guías de talleres

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

TALLER 1

Imaginarios frente a la radio

Fecha: Abril 16 de 2010

Pregunta reflexiva 1. ¿Para mí qué es la radio?

Pregunta reflexiva 2. Ahora que conozco un poco más sobre la naturaleza de la radio, ¿qué nueva percepción tengo sobre este medio? ¿Cómo se modificó mi definición anterior?

Pregunta reflexiva 3. ¿Para qué sirve el lenguaje radiofónico?

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

TALLER 2

La producción de radio educativa y cultural

Fecha: Abril 30 de 2010

Pregunta reflexiva 1. ¿Desde mi experiencia como oyente, la radio cumple una función educativa y cultural? ¿Por qué?

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

TALLER 2

La producción de radio educativa y cultural

Fecha: Abril 30 de 2010

Pregunta reflexiva 2. ¿Cómo se podría promover educación y cultura desde la producción de géneros radiofónicos informativos?

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

TALLER 2

La producción de radio educativa y cultural

Fecha: Abril 30 de 2010

Pregunta reflexiva 3. ¿Cómo se podría promover educación y cultura desde la producción de géneros radiofónicos musicales y dramatizados?

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

TALLER 3

Proyectos radiofónicos para una radio virtual universitaria

Fecha: Mayo 7 de 2010

Pregunta reflexiva 1. ¿Desde mi experiencia como oyente, cuál debe ser la diferencia entre una radio comercial y una radio universitaria?

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

TALLER 3

Proyectos radiofónicos para una radio virtual universitaria

Fecha: Mayo 7 de 2010

Pregunta reflexiva 2. ¿Cuál es la ventaja de producir programas de radio a partir de guiones diseñados previamente?

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

TALLER 3

Proyectos radiofónicos para una radio virtual universitaria

Fecha: Mayo 7 de 2010

Pregunta reflexiva 3. ¿Qué tipo de proyectos radiofónicos debería impulsar la emisora virtual de la universidad?

Anexo C. Registros de observación Talleres

TALLER 1 - IMAGINARIOS FRENTE A LA RADIO

Nº	Pregunta reflexiva 1: ¿Para mí que es la radio?	Pregunta reflexiva 2: Ahora que conozco un poco más sobre la naturaleza de la radio, ¿Qué nueva percepción tengo sobre este medio? ¿Cómo se modifico mi definición anterior?	Pregunta reflexiva 3: ¿Para qué sirve el lenguaje radiofónico?
1	Es un medio de comunicación masivo con la facultad de movilizar a las masas, permite motivar los movimientos sociales, unir, atravesar, difundir y educar	Que es un medio de comunicación al que cualquiera puede acceder sin tener que pagar, lo podemos utilizar en cualquier momento sin importar que estemos haciendo envolviéndonos en un mundo informativo	Para llevar al oyente los diferentes tipos de escenario, crearle imágenes audiovisuales, darle vida al programa por medio de cortinas o música de fondo
2	La radio es un medio de comunicación masivo que se transmite a través de ondas y basa su importancia en la expresión vocal, pues tiene que mostrar imágenes, sensaciones, noticias, etc., por medio de la palabra hablada. Es un medio que mueve masa y puede cambiar muchos ámbitos de la sociedad	Es un medio de comunicación masivo muy interesante con diferentes campos y medios de acción, tiene una propiedad a nivel cultural y educativa que es transmitida a los receptores de cualquier edad, estrato, etnia o cultura	Para comunicar al oyente más fácilmente, adentrándolo en la situación por medio de sonidos de las cosas que están sucediendo en cada momento
3	Es un medio que nos mantiene	Básicamente tenía una idea muy amplia	Sirve para que un programa radial

	informados, también un medio de diversión, este medio es capaz de mover masas	sobre la radio, ahora me doy cuenta que lo que busca la radio es un concepto más personal, es decir le interesa dar a transmitir un concepto a determinada región, a determinada cultura y no sabía que la radio tiene un proyecto comunicativo	tenga un sentido completo, llegue con más facilidad al oyente y tenga mas recordación
4	Medio de comunicación para la transmisión de ideas, noticias, campañas sociales, programas educativos, etc., en el cual se busca entre otras cosas, la participación de los oyentes en sus contenido	Comunicación sonora, educativa, informativa que tiene gran claridad en los mensajes que pretende transmitir para una buena comprensión del oyente	El lenguaje radiofónico es principalmente las modificaciones o todos aquellos procesos que se deben tener en cuenta a la hora de hacer un buen trabajo radiofónico, esto debe llevar una serie de elementos como la música, cortinas, voces, etc.
5	La radio es un medio de comunicación que informa, entretiene e interactiva como principal objetivo, lo que lo hace diferente a los demás es que se transmite en vía de ondas y demás solo la escuchamos	Anteriormente dije que era un medio de comunicación. Mi percepción varía en que conocí que es medio social y cultural, y que para que el mensaje a transmitir incluye varios aspectos como son los efectos, el tono de voz, los distintos sonidos. Al igual que ha variado en su tecnología al transmitir el mensaje como por internet	Nos permite conectarnos con lo que sucede a través de la radio, la música, diversidad de voces y los efectos son las herramientas que nos trasladan al lugar y nos ayudan a entender
6	Es un medio de comunicación, en el cual podemos informarle a la gente la variedad de noticias y tenerlos al tanto de lo que está pasando en el país y el mundo	Una definición como tal no describe la radio, cada enfoque, cada campo da su definición y su sentido. por ejemplo en el sentido cultural es un vehículo para difundir, promover y conocer culturas, a demás en la tecnología es un	Nos permite tener efectos en nuestros programas, nos transmite a diferentes espacios permitiéndonos mostrar diversas clases de voz y tipos de lenguaje

		dispositivo transmitido por ondas, con diferentes puertos y blancos	
7	Un medio de comunicación y entretenimiento que hace uso las facultades del sonido	Ante todo es un medio relacionado con la cultura tanto de quien hace radio como de quien la escucha. Nos permite generar opiniones y comportamientos en la audiencia. Es relativo pues depende del escenario en que se lleva a cabo	Para llevar al oyente a la narración de la historia e involucrarlo en esta. Hace más dinámico y claro lo que se dice, generar imágenes
8	Es un medio sonoro económico y prácticamente gratuito para la sociedad, el cual brinda información, este medio no tiene fronteras y la comunicación se da de forma inmediata	Es un medio que tiene que ver con varios aspectos, la cultura y las características, de acuerdo al público que va dirigido	Para transportar al oyente a la historia y crear una imagen e incorporarlo a la historia por medio de la voz
9	Un medio que me permite comunicar, interactuar y divertirme	Se modifico ya que veo la radio como un medio por decirlo así "fácil de hacer y producir" pero veo que hay muchas características importantes que hay que tener en cuenta para que el programa salga bien y que produzca una buena imagen al público	Nos permite crear un ambiente, un espacio con sus cuatro componentes (música, efectos, voz, silencio)
10	Es un medio de comunicación donde se expresan las diferentes opiniones de distintos temas, ello nos informa, actualiza y ha evolucionado mucho a través de la historia	Que aparte de desinformativo, también entretenido, los sonidos nos hacen entender más e imaginar. Se modificó mucho más, pues conocí más a fondo el concepto de radio que tenía	Para transmitir información y para llevar al oyente una completa transmisión de donde el oyente se sienta bien informado
11	Un medio de comunicación que alcanza una gran transmisión pues cuando a los	La nueva percepción. Pude conocer más a fondo la radio y sus	Nos permite trasladarnos al lugar que

	secuestrados le preguntaban que como se enteraban de los sucesos que pasaban ellos dicen que por la radio	características, conocí lo más importante que es su impacto lo que produjo anteriormente. Se modifico satisfactoriamente pues ya tenía conocimiento del tema no a fondo pero pude definir la radio	describen de forma sonora
12	Es un medio de comunicación, de los que han tenido un impacto social increíble, es un medio que además necesita de un esfuerzo y un estudio suficientemente profundo	Que es un medio que nos da una forma de poder saber, conocer, entender, comprender y difundir sin tener la necesidad de estar hay como en la televisión	El lenguaje radiofónico sirve para crear o dinamizar el programa radial o lo que se esté haciendo. debe ser acorde con el tema y muy creativo, además no debe recargarse porque se oiría feo
13	Es un medio de comunicación que puede utilizarse con fines informativos y de entretenimiento. Es un medio que tiene el poder de hacer parte de la vida de la gente y puede influenciarlos o generar opiniones en ellos	Es el medio por excelencia, fenómeno social y cultural, es también un sistema tecnológico y tiene su propia forma de decir y contar las cosas, entretiene, une, informa, divierte y actualiza	Sirve para dar a entender una idea que es muy difícil con las palabras, además representa periodos de tiempos largos y ayuda en la elaboración de imágenes mentales
14	La radio es un medio que nació con la necesidad de comunicarnos, nos permite estar actualizados en temas de interés personal sea el tipo de programa radial. La radio es el medio más importante, muchos se educaran con este (novelas, concursos), noticias, musas y da un impacto grandísimo	Bueno, se modifico en el sentido que ahora lo concibo como mas que un medio de comunicación; e si es la expresión intensiva de lo que pretendo o quiero informar, con el debido respeto de la cultura y la diversidad social	Para poder diferenciar los personajes, diferentes tipos de voz, todos los tipos de efectos y nos llevan a un lugar distinto
15	Es un medio de comunicación sonoro, uno de los más utilizados quizá por la sociedad ya que es muy precisa y	Pues que es un medio que abre conocimiento de interacción que se produce a través del habla y de los	Sirve para poder diferenciar efectos, para estimulo de la imaginación del oyente

	conecta al oyente de manera muy personal, gracia a ella podemos enterarnos instantáneamente de lo que ocurra y tiene como ventaja que interactuamos pues el oyente puede dar su punto de vista	efectos. Que es un medio de comunicación para todo el mundo	
16	Es un medio de comunicación donde se difunden ideas a través de noticieros, programas de opinión, etc.	No modificó mucho, ya que al ser la radio un medio de comunicación unidireccional requiere mejor manejo de la voz	Para aclarar al oyente lo que está escuchando
17	Es un medio masivo que impulsa, promueve y amplía la comunicación en el contexto social. Además es un medio de información, conecta al mundo, sociedades y culturas, por ultimo es un campo también utilizado por la publicidad como estrategia para atraer al publico	Que es un medio totalmente sonoro, que es ágil, versátil y tiene características muy importantes acerca de la cultura y tradición del pueblo	Para comunicar información interesante a un público, ya sea en formatos de programas, debates, charlas, etc., con el fin de transmitir contenidos culturales, sociales y educativos
18	Es un medio de comunicación auditivo, donde se dan a conocer programas de interés para la comunidad, al igual es un medio por el cual se puede expresar la publicidad y comerciales	Bueno, siempre me ha encantado la radio, así que la percepción que tenía no era tan reducida, pero ahora, sé que se puede a través de ella tocar pensamientos, masas, gente, cambiar percepciones	Para darle más expresión al programa, para que los oyentes puedan captar el mensaje claramente, para que se haga más interesante, llamando así la atención de los oyentes
19	Es un medio de comunicación alternativo, pues existen varios, este consiste especialmente en hacer oír detenidamente información o simplemente escucharla	Mi percepción de la radio sigue siendo la misma, pues lo que se dijo con anterioridad ya lo había oído antes, ya tenía percepción de esto	Para ambientar, modificar y hacer agradable el programa radiofónico, además trata de derrumbar lo cuadrulado que puede llegara a ser un proyecto radial dándole sonido y

			elementos llamativos
20	Es uno de los medios de comunicación existentes más difíciles, pues requiere mayor manejo de la voz, brevedad y claridad, para que el oyente entienda el mensaje que se quiere transmitir. Es un medio bastante importante y de mucho impacto dentro de la sociedad	Transmite cultura y cambia su contenido de acuerdo al lugar donde se encuentre y puede ser comprendida de distintas formas	
21	Un medio de comunicación masivo que cambio la historia desde el momento de su aparición, con el que nos mantenemos continuamente informados, y es un acceso para todo el mundo, en el que no solo hay noticias sino también espacios de ocio	La radio no es solo un invento o un medio de comunicación, sino que alrededor de ella se teje todo un proceso cultural desde un lenguaje como la expresión de contexto social	
22		Prácticamente tenía esta percepción, pero agregaría que la radio crea y recrea cultura. El resto ya lo tenía claro	

TALLER 2: LA PRODUCCIÓN DE LA RADIO EDUCATIVA Y CULTURAL

Nº	Pregunta reflexiva 1 ¿Desde mi experiencia como oyente, la radio cumple una función educativa y cultural? ¿Por qué?	Pregunta reflexiva 2 ¿Cómo se podría promover educación y cultura desde la producción de géneros radiofónicos informativos?	Pregunta reflexiva 3 ¿Cómo se podría promover educación y cultura desde la producción de géneros radiofónicos musicales y dramatizados?
1	Si, productiva porque nos enseña, nos sensibiliza cultural, porque nos muestra la forma de comunicación de diversas personas	Presentando programas que sean de un interés social y presentando los problemas que se generan en la sociedad, informando las causas y soluciones para evitar realizar dichos actos	La producción de estos géneros, siempre se desempeña de manera llamativa, por lo tanto para realizar un programa educativo y cultural, es importante manejar o implementar efectos, juegos y la voz debe ser agradable al oyente
2	Si, en algunas cosas, muchos programas de la radio contribuyen a la formación. Debemos tener en cuenta que las emisoras comerciales que es lo que más se escucha el esfuerzo es	Promover a través de los hechos, un mensaje o moraleja de ciertas noticias , así mismo en entrevistas, es decir, llevar personas capacitadas para tales hechos, como por ejemplo profesores,	A través de lo que se presente en la vida diaria, basándose en diferentes culturas y aspectos sociales, a través de programas de

	reducido solo en sus programas musicales	psicólogos, promoviendo así la educación y la cultura	interés social, de tal forma que el ciudadano piense sobre el tema que genera
3	Sí, porque por este medio se transmite programas no sólo de música, sino también educativos y culturales, tales como los que se presentan en radio católica o la emisora de la UIS	Creo que este tipo de géneros debe aumentar cada vez mas ya que evidentemente la radio logra efectos en los oyentes, de modo que la gente debe educarse en esta cultura de la radio para la creación de cultura y el fortalecimiento de otras	Con historias, ya sean cuentos, dramatizados, reflexiones, para hacer caer en cuenta al oyente de lo importante que es la educación y la cultura; además que tengan efectos y el tema sea relevante para la producción del tema
4	Si la cumple, la difusión de contenidos educativos, sociales y culturales en la radio se ha encargado de introducir, transformar o remplazar ideologías y realidades en las sociedades a lo largo de su desarrollo. Se ha encargado incluso de crear realidades individuales	La radio al ser un medio de comunicación de fácil acceso puede sr un gran promotor de educación y cultura, pero su éxito depende de los contenidos y apoyos que se manejen para estos mismos	Haciendo canciones con mensajes educativos y culturales. También haciendo radio novelas que enseñen a los oyentes y que a su vez los tengan entretenidos para que estos no se desinteresen y reflexionen
5	Sí, porque por medio de la voz y la narración de sucesos ejercitan la imaginación, es inmediata y practica	Se podría promover con entrevistas a docentes jóvenes que hayan vivido diferentes problemas para lograr sus metas, también testimonios, entre	Por ejemplo si son programas dirigidos a jóvenes haciéndolos amenos con más de interés

		otros	y a la vez educativos o culturales
6	Sí, porque las radios comunitarias presentan a sus oyentes un contenido “cultural”, es decir, que les dan a sus oyentes puntos de vista dentro de una problemática social, además al generar sensibilidad educan al oyente	Apoyando mas la realización de programas culturales y menos de ocio, o incursionado en los anteriores temas educativos o campañas de concientización aprovechando el gran número de oyentes que tienen	Con el entretenimiento, en programas que no dejen el mensaje educativo explicito, peor que si lo transmitan, una comedia o una acción
7	Sí, porque hay programas en los cuales enseñan y educan, también al dar noticias a su punto de vista y esto es bueno, ya que nos hace reflexionar. Un ejemplo seria la cama, en él realizan un juego que se llama educadores de hombres y mujeres nuevos, este juego enseña mucho siempre y cuando pongamos atención	Yo creo que la comedia logra que la gente se entretenga y preste atención, si el programa educativo se mezcla con la comedia, la gente se entretendrá atendiéndolo y de paso adquirirá conocimiento	Podría promoverse a través de creación de libretos para dramatizados donde el tema se de sumo interés, pro que cree conciencia a nivel cultural y educativo
8	Sí, siempre y cuando la intensión del programa radial sea esa. A lo que me refiero es que hay programas que sí logran eso, pero hay otras que definitivamente desde el momento de planeación su intensión es simplemente entretener, no educar o transmitir cultura	Al especificarse el género informativo como genero central de la producción radiofónica, se podrá emitir una información agradable al lector, de sus interés de manera que para el oyente sea fácil entender su significado semántico	Creando programas que permitan interactuar a los oyentes de una manera seria y critica

9	Si, por que hay programas que motivan aspectos culturales como la historia de nuestros antepasados Guanes, y en el aspecto educativo por que nos mantiene al tanto de la información y con esta aprendemos nuevas cosas	Desde el tema que se quiera dará a conocer, soporte la educación, desde que este tema sea interesante, llamativo y sea tratado con adecuación, tenga despliegue de información, sea completo y reflexivo	Creo que debe partirse de dramatizaciones que reflejen vivencias, dificultades y situaciones de la comunidad en las cuales se pretenda la transmisión de valores y cuestiones educativas e identidad cultural
10	Nos enseña, a través de programas, temas de interés a nivel general y específico. Además existen ciertas programaciones que enseñan características de diferentes culturas, a través de historias y sonidos	Realizando programas en los cuales los oyentes tengan la posibilidad de participar sobre temas, ya sean educativos o culturales y así aprender. También haciendo tertulias de algún tema y que los oyentes den su punto de vista, reflexionar y aprender	Desde una producción radiofónica con un género musical, la educación y la cultura es la música la encargada de enganchar a la audiencia presentando los temas en la parte hablada, mientras que en un dramatizado se puede presentar el tema de una forma mucho más reflexiva, pues el tema entretiene y hace mas fácil la captación de la atención del oyente
11	Las dos, según la clase que emisora que escuche	Produciendo no solo programas de variedades o informativos como existen actualmente en la radio	Mediante historias, cuentos, vida de personajes reales, comedias, programas

		comercial, sino programas interactivos donde se solucione las dudas de los oyentes, donde se promuevan los nuevos grupos musicales y los géneros fusión, etc.	conversacionales etc.
12	Porque gracias a la radio se puede tanto enseñar por medio de sus programas y también por lo cultural ya que cumplen su función más importante, tanto que por medio de esta un pueblo puede ser recordado	Se podría promover con anuncios en las emisiones que motiven a las personas a que por medio de la radio se puede enseñar y culturizar	Por medio de casos que sean muy comunes entre los estudiantes planteándoles una posible solución a los conflictos que se les presenten
13	Si, la radio cumple una función educativa y cultural, ya que a través de sus contenidos pueden influenciar a las personas, causar impacto, pues es un medio masivo de comunicación	Sería interesante integrar diferentes sectores educativos en estos programas, empezando desde las escuelas hasta las universidades para así lograr su fusión. En la cultura diseñado programas donde se integren las diferentes etnias o culturas de cada región	Por radio novelas, programas que atraen como los sonidos, que muestre diversión para que las personas que lo escuchen estén más pegadas y a la vez aprendan
14	Difunde cultura y a través de la radio se puede sensibilizar a las personas. Ejemplo marchas contra la farc, eln, etc.	Adquiriendo invitados que sean de admiración para los oyentes aunque los temas sean basados en educación y cultura, realizando encuentros entre diferentes grupos de oyentes los cuales participen en el programa	A través de las historias reales que pasan en cada ámbito, como por ejemplo, las clases y en cuanto la cultura mostrando todo lo propio de las ciudades o

			pueblos
15			Cambiando el esquema de los programas e introducir de nuevo las radionovelas y dramatizados
16			Realizando programas culturales, educativos del interés de niños, adultos, en fin de todos los públicos, etc. programa tiene que ser interesante, puede ser dramatizado, etc.

TALLER 3: PROYECTO RADIOFÓNICO PARA UNA RADIO VIRTUAL UNIVERSITARIA

Nº	PREGUNTA REFELXIVA 1 ¿Desde mi experiencia como oyente, cual debe ser la diferencia entre una radio comercial y una radio universitaria?	Pregunta reflexiva 2 ¿Cuál es la ventaja de producir programas de radio a partir de guiones diseñados previamente?	Pregunta reflexiva 3 ¿Qué tipo de proyectos radiofónicos debería impulsar la emisora virtual de la universidad?
1	Que la radio universitaria es una radio mas educativa y con fines pedagógicos, mientras la comercial puede tocar cualquier tipo de temas y es para todo publico	La investigación, la certeza que nos da informar un tema, preparado, organizado y estructurado	Proyectos de índole social que tengan la posibilidad de educar y representar a los estudiantes, crónicas que conmuevan a os oyentes y puedan crear un impacto social
2	La radio comercial se caracteriza por tener programas de todo tipo y diferentes temas, mientras que la radio universitaria toca mas temas de interés del estudiante, de tipo educativo	Evita poder equivocarse en el momento de realizar el programa	Sería interesante que tocaran temas de moda, fashion y estilos de vida
3	La forma de expresión, los temas que tratan, el contenido, la jerga, además la forma en que es enviado el mensaje o la idea que quiere ser	Que los resultados serán vistos, teniendo n programa bien elaborado y sin errores	Informar y proyectar las problemáticas y sucesos que viven los jóvenes universitarios y hacerlos mediante dramatizaciones

	trasmitido es diferente		que dejen enseñanzas, culturicen y eduquen
4	Los temas que se hablan en una radio comercial es más publicidad no se educa. Son temas para subir rating y la radio universitario se interesa por saber que temas les gustaría, saber más a los estudiantes, esta radio enseña, enfatiza e informa realmente	Se obtiene un producto de mayor factura, mejor estructurado, organizado y de más calidad	Programas que impulsen el talento de las nuevas bandas de Bucaramanga
5	La radio universitaria debe tener espacios de participación para todos los estamentos de la institución, debe tener como objetivo mejorar el ambiente y acercar a las personas que hacen parte de la universidad, debe comunicar sobre aspectos de la vida universitaria	Que el programa se va a realizar de una manera más organizada, se va a manejar el tema que se quiere expresar sin la necesidad de utilizar muletillas constantemente y va a ser más fácil al momento de equivocarse porque se puede volver a repetir	Programas con más contenido juvenil
6	La radio comercial se debe preocupar más por promover diferentes productos y por tener una muy buena audiencia, la radio universitaria es mas dada a enseñar y culturizar sobre temas de interés que	Una ventaja consiste en que los locutores, control, etc., se guían, saben en qué momento les toca participar, a parte es una guía para no perder el hilo del tema o no hacer repeticiones. En	Proyectos entretenidos, educacionales, de información, de lo que sucede en la universidad

	conciernen a la universidad	resumen la importancia consiste en que es un mapa de guía a todos los participantes	
7	Los contenidos que se deben tratar en radios universitarias deben ser de carácter académico formativo, social y cultural, mientras que las radios comerciales responden a su interés económico y ofrecimiento de servicios y productos	Porque se realizan programas con mayor contenido, mejor estructurado y una buena organización	Musicales sobre letras subliminales, también teatro y cine de último momento
8	La universitaria se enfoca en temas de lo que sucede en la U. Todo lo relacionado con las actividades, etc. La radio comercial son temas más diversos y además de esto que realzan propagandas	Hay mas comprensión por parte de los locutores y editor, lo cual facilita el trabajo	Temas que incluyen a los jóvenes como la sexualidad, “decir mejor no”. Temas de interés con expertos que conversan
9	La diferencia que debe tener notablemente es el contenido que esta puede poseer, también radica en la clase de explicación y enseñanza que quiere dejar este contenido, el público, etc.	La ventaja es la organización, profundidad y dinamismo que se puede usar para la información masiva que se quiera suministrar. Además estos guiones son fundamentales para los programas que tienen tinte periodístico, es decir programas	Programas que culturicen e informen acerca de las actividades que se realizan en la ciudad

		relacionados con los géneros periodísticos	
10	Una radio comercial debe tratar de temas de entretenimiento y publicidad, mientras que la universitaria debe tratar temas sobre estudio, responsabilidad y mas sensibilización	Que el programa va a estar más organizado, no habrán errores, será más fluido, no se trabaran al hablar, se puede leer antes de hacer el programa y así tener mejor manejo de este	Temas deportivos (hablando sobre la historia y puntos importantes que fueron históricos en los diferentes deportes), temas jurídicos, temas de cine no sólo de Hollywood sino también de Bollywood, es decir de diferentes países
11	La radio comercial invita a la compra de un producto como su propio nombre lo dice a la caracterización de este mismo, ya sea producto o lugar, y la radio universitaria tiene como propósito enseñar y exponer un tema de interés de la sociedad	La ventaja es que puede ser más precisa al hablar, pueden corregir y saber en qué tiempo actuar y que de pronto no se escuche la voz porque intervienen todos al tiempo, el guión permite una organización del programa	
12	La radio comercial tiene contenidos publicitarios con el fin de vender y mas al enfoque de temas de ocio, mientras que una radio universitaria se basa en temas de interés a los estudiantes y culturales	Habrán menos errores en cuanto al contenido	Temas jurídicos debido a que hay falta de información para todas las personas, son temas muy importantes para hacer valer, reconocer y respetar nuestros derechos, es un tema que nos interesa a todos

<p>13</p>	<p>El contenido en una radio comercial deberá aparecer contenido variado, dirigido a cualquier clase de público, pero en la radio universitaria deberá aparecer contenido específico orientado al desarrollo universitario, es decir, que sea de interés para el estudiante en el contexto informativo y educativo con respecto a la universidad</p>	<p>De esta forma hay menos posibilidad de incurrir en errores ya que cada locutor conoce el momento preciso de su intervención y además el contenido del texto</p>	<p>Programación que contenga información y experiencias propias de los estudiantes en cuanto a su proceso académico, entrevistas, invitados especiales y dramatizados</p>
<p>14</p>	<p>Para mi una radio comercial debe hablar sobre todo el comercio, algo de empresas y cosas así y la radio universitaria debe ser algo mas mezclado de temas de interés para los estudiantes y más dinámica</p>	<p>Están más claras y organizadas las ideas, se muestra un programa con contenido, se calcula muy bien el tiempo dando así varios espacios de tal manera que o se vuelva rutinario el programa por más interesante que sea</p>	<p>Dramatizados, temas variados que respondan a las inquietudes de la juventud, problemas y casos de la vida real. Informativos, temas específicos de la cotidianidad, es decir, “que hacer en caso de...”</p>
<p>15</p>	<p>En la radio comercial no se tienen en cuenta el contenido, lo único que les interesa es vender en cambio en la universitaria lo que verdaderamente importa es enseñar y educar pero son</p>	<p>La calidad de edición del programa, exitoso y con gran acogida en el público</p>	<p>Radio novelas, humor, informativos, de tal forma que dé a conocer la universidad</p>

	dejar atrás la diversión		
16	Una radio comercial es una institución social que cumple con una función publicitaria con ánimo de lucro y la radio universitaria debe ser mas educativa, con una programación cultural que aumente el sentido de pertenencia de los estudiantes con sus planteles educativos	Permite corregir errores para evitar que el programa salga al aire y no sea “bien presentado”. También permite a los locutores seguir un orden específico para así evitar las confusiones	Proyectos culturales donde promuevan las costumbres, tradiciones, etc., de nuestra región y porque no de la comunidad universitaria
17	Que en la radio comercial tocan temas de toda clase y en la universitaria considero que se deben tocar temas de interés de los estudiantes y temas de la universidad	Se puede organizar mejor el contenido del programa tomando el tiempo exacto que dura cada sección, además cuando un programa tiene guión todas las personas que participan en el mismo saben cuando entran y no se forman discusiones	De entretenimiento para los estudiantes, que tenga un espacio donde los estudiantes puedan ir a opinar o contar casos, también temas de interés juvenil, informativos o musicales
18	Primero la universitaria solo debe tener pautas publicitarias de la universidad, no de otros agentes, a menos que este la patrocine. El público de la universitaria son estudiantes y por eso los temas que	Que son mas organizados y no lleva tanto a la improvisación, es más fácil de manejar en cuanto para la producción como a los realizadores	Programas que apoyen cada una de las facultades de manera lúdica, que sean de interés al público juvenil y que los estudiantes puedan aportar

	traten deben ir enfocados para ese público, mientras que la comercial abarca mayor población		
19	El enfoque cultural en la programación	Pues que todo va a estar bien preparado y si por casualidad hay una dificultad no se va a notar tanto y llama más la atención al público	Primero debería ser mas promocionada para que todos la conozcamos y de pronto un programa que cuente los logros de los estudiantes, por ejemplo, el corazón de los de electrónica
20		Que pueden quedar mejor editados, tiene mejor sonido, se ve que está preparado el programa, además es más llamativo	
21		Teniendo el guión ya previamente elaborado nos asegura un programa exitoso, ya que cada locutor se muestra tranquilo, seguro y muy convencido de lo que se está diciendo	
22		Teniendo el guión es posible corregir los errores producidos en el programa de radio y esto	

		permite la organización del programa con una mayor facilidad	
23		Se pueden realizar o lograr programas más organizados, con mayor información, más agradables para el oyente y mucho más profesionales	

Anexo D. Estructura y guía grupos focales

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”

ESTRUCTURA DEL GRUPO FOCAL

INICIACIÓN

1. Presentación del moderador, del observador-asistente y de los participantes del grupo
2. Presentación de los objetivos del grupo focal
3. Presentación de la metodología

DESARROLLO

4. Aplicación de la guía del grupo focal anexa por parte del moderador
5. Presentación del resumen general de la discusión por parte del moderador
6. Reflexión final. Preguntar a los participantes sobre aspectos que no se hayan abordado en la discusión y que deseen incluir

CIERRE

7. Sesión de preguntas finales e inquietudes de los participantes
8. Agradecimientos y despedida
9. Revisión y ajuste de las notas tomadas por el moderador y el observador

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “REDEFINICIÓN DE LA RADIO
UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO VIRTUAL”**

GUÍA DEL GRUPO FOCAL

**PERCEPCIONES DE ESTUDIANTES DE LA UPB FRENTE AL PROYECTO
COMUNICATIVO DE LA EMISORA VIRTUAL**

FECHA: MAYO 21 DE 2010

Moderador: Alfredo Álvarez Orozco

Relatora: Catalina Serrano

Observadora: Melissa Martínez

Objetivo: Conocer las expectativas, intereses y percepciones de un grupo de estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga frente al proyecto comunicativo de la emisora virtual

TEMA 1: Imaginarios de la radio

Todos en algún momento de nuestra vida hemos tenido algún tipo de acercamiento al medio radial. Recuerden Ustedes cómo ha sido su experiencia con este medio.

Tópicos aclaratorios:

1. ¿En nuestra existencia, de qué manera nos acercamos por primera vez a este medio?

2. ¿Qué tipo de contenidos radiales consumíamos antes y qué contenidos consumimos ahora?
3. ¿Con el paso de los años ha cambiado nuestra relación y percepción frente al medio radial?

TEMA 2: Concepto de “Proyecto comunicativo”

El proyecto comunicativo es la carta de navegación de todos los medios de comunicación. Un medio de comunicación puede tener una apuesta por lo comercial, por la educación o por la información, por ejemplo. ¿Cómo nos imaginamos el proyecto comunicativo de nuestra emisora virtual?

Tópicos aclaratorios:

1. ¿Sabemos distinguir entre una emisora comercial, una emisora comunitaria o una emisora de interés público? ¿Cómo entendemos esta clasificación?
2. ¿Qué es educar, entretener e informar en una radio?
3. ¿Cómo integrar estos aspectos en la propuesta de una emisora universitaria, de manera que se garantice su sostenibilidad económica?

TEMA 3: Conocimiento sobre la educomunicación

La educomunicación es una propuesta teórica que integra los discursos de la educación y la comunicación. Desde esta corriente, se asume la utilidad de los procesos y herramientas de la comunicación, en el desarrollo de propuestas educativas. ¿De qué manera es posible constituir el proyecto de nuestra emisora virtual en una propuesta educomunicativa?

Tópicos aclaratorios:

1. ¿Qué noción de educación debe contemplar una emisora universitaria?
2. ¿Cómo insertar contenidos educativos en la programación de una emisora universitaria, de una manera atractiva para las audiencias juveniles?
3. ¿Qué posibles usos puede tener este tipo de propuestas en nuestros procesos de formación como docentes?

Anexo E. Proyecto comunicativo Emisora virtual Estación V
(<http://www.estacionv.com.co/>)

PROYECTO COMUNICATIVO EMISORA VIRTUAL UNIVERSITARIA ESTACIÓN V

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA

1. IDENTIDAD CORPORATIVA EMISORA VIRTUAL UNIVERSITARIA ESTACIÓN V

Misión

Somos una emisora virtual universitaria incluyente, pluralista y participativa, que aborda las diferentes manifestaciones de la cultura, la información y el entretenimiento desde una mirada universal.

Visión

Estación V, será una emisora virtual universitaria reconocida en el oriente colombiano por explorar los diferentes géneros y formatos radiales desde un enfoque creativo, pluralista y con un alto sentido de la responsabilidad social.

Objetivo General

- Generar espacios de comunicación y diálogo para promover la participación de diferentes estamentos de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, en la construcción de una emisora pluralista, con sentido ético y responsabilidad social.

Objetivos específicos

- Garantizar la producción de contenidos de calidad, desde la utilización de los elementos del lenguaje radiofónico, de forma que se visibilice una programación con excelencia estética.
- Desarrollar producción radiofónica con contenidos de información, educación y entretenimiento, desde un enfoque participativo y pluralista.
- Contribuir al proceso de formación de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, mediante el fomento a la realización de

programas que permitan la vinculación teórico- práctica del ejercicio radiofónico.

- Constituir un nuevo espacio de expresión, participación y comunicación interactiva en donde se reflejen todos los estamentos de la comunidad universitaria.

Valores institucionales:

Justicia

Equidad

Ética

Creatividad e innovación

Universalidad

2. CRITERIOS DE PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA VIRTUAL

ESTACIÓN V

CRITERIOS ÉTICOS

- Sea cual sea el formato radial se hará un esfuerzo por comunicar desde una mirada pluralista, a través de la investigación de los temas y su correcta preparación.
- Ningún programa emitido a través de Estación V debe incitar al consumo de drogas o expresiones evidentemente ofensivas a la moral y las buenas costumbres o contenidos discriminatorios. Por el contrario, la programación debe estar articulada a los valores de la Universidad Pontificia Bolivariana.
- No se promoverá de ninguna forma el curanderismo, la hechicería y la superstición.
- Todos los programas preservarán el respeto a la constitución y a la ley colombiana.
- Todos los programas deberán caracterizarse por la promoción de la innovación, la creatividad y el respeto a los derechos de autor.
- La violencia, la crueldad y el crimen no serán presentadas como formas positivas o normales de conducta.

CRITERIOS ESTÉTICOS

- Todos los programas realizados en Estación V, sin excepción, deben tener contenidos formativos que propendan por la democratización de la información y la construcción del conocimiento.
- Se permite la realización de todos los géneros y formatos radiales siempre y cuando se privilegie la información, la educación y el entretenimiento desde una perspectiva pluralista.
- Los diferentes espacios radiales deben ser auténticos, originales, creativos, ricos en la utilización del lenguaje radiofónico y que no tengan el afán de copiar estilos populares y comerciales que sólo son motivados por el afán lucrativo.
- La calidad de los programas se evaluará de manera periódica con el propósito de dinamizar y adaptar nuevos elementos para el programa radial, tras el objetivo permanente de ofrecer lo mejor a la audiencia.
- Los productores radiales se deben comprometer a realizar acciones para el posicionamiento de sus programas, es decir, divulgación a través de cuñas, promoción de espacios académicos u otros.

- Todos los programas deben propender por la creatividad y el uso de los elementos del lenguaje radial, de modo que sean propuestas estéticamente armoniosas y agradables al oyente.
- El lenguaje utilizado en la programación deberá preservar el buen uso del idioma castellano.

CRITERIOS DE PRODUCCIÓN

- Para la propuesta inicial de un programa se debe desarrollar un proyecto escrito de acuerdo a la siguiente ficha:
 1. **Nombre del programa:** Bauticemos nuestro programa con un nombre que resulte novedoso y atractivo a los oyentes. Expliquemos la selección de este nombre.
 2. **Justificación:** Por qué y para qué es importante producir el programa
 3. **Objetivo general:**Cuál es la principal acción que nos proponemos con la realización del programa (Informar, entretener, educar, reflexionar, sensibilizar, movilizar, etc.)
 4. **Objetivos específicos:** Cuáles son las acciones complementarias que nos proponemos con la realización del programa
 5. **Público objetivo:** ¿A qué audiencia específica nos estaremos dirigiendo? La delimitación de la audiencia es fundamental para la toma de decisiones relacionadas con el concepto sonoro y franja en la que se programará el producto.
 6. **Género y formato:** ¿Informativo, dramatizado, musical? ¿Cuál formato dentro de estos géneros?
 7. **Concepto sonoro:** Definición de secciones y estructura general del programa (musicalización, locutores, etc.)
 8. **Duración:** Programas de media hora equivalen a 25 minutos de producción. Programas de una hora equivalen a 50 minutos de producción
 9. **Responsables:** ¿Quién dirigirá el programa y con qué equipo de trabajo?
 10. **Temas y contenidos:** Para programas de frecuencia diaria se sugiere planear contenidos para un (1) mes de emisiones (20 capítulos). Para programas de frecuencia semanal se sugiere planear contenidos para tres (3) meses de emisiones (13 capítulos)
 11. **Guión del programa piloto:** Elaboremos el guión de nuestra primera emisión
 12. **Grabación del programa piloto:** ¡Manos a la obra!

NOTA 1: La realización de programas está sujeta a los procedimientos establecidos en el manual de uso del Centro de Producción Sonora.

NOTA 2: Los productores deben tener un comportamiento adecuado para un sitio

de trabajo. Durante su permanencia en la emisora su comportamiento debe permitir el normal desarrollo de las actividades de sus trabajadores y estar atentos a las sugerencias que allí se puedan hacer; por ejemplo, no generar ruido que interrumpa las actividades normales de emisión, entre otras.

3. CARACTERIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

PRODUCCIÓN PROPIA

- Son todos los programas producidos por el equipo de base de la emisora virtual, Estación V, perteneciente a la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

PRODUCCIÓN POR COLECTIVOS RADIOFÓNICOS

- Son todos los programas producidos por facultades, dependencias y equipos de estudiantes, docentes, administrativos y egresados de la Universidad Pontificia Bolivariana.

PRODUCCIÓN EXTERNA

- Son todos los programas producidos por otras estaciones, cadenas de radio y redes que intercambian programación con la Estación V.

NOTA 3: La producción propia y por colectivos radiofónicos podrá ser objeto de financiación por parte de entidades externas.

4. PARRILLA DE PROGRAMACIÓN

- La parrilla de programación de Estación V está construida por franjas que integran los contenidos definidos para la emisora virtual.
- La parrilla de programación estará sujeta a cambios según la aceptación de programas.

5. CONSEJO DE PROGRAMACIÓN

El Consejo de programación es el organismo rector de la programación de la Estación V y propende por el cumplimiento del proyecto comunicativo de la emisora dentro de su parrilla de programación.

CONFORMACIÓN DEL CONSEJO DE PROGRAMACIÓN

El Consejo de programación de la Estación V estará integrado por:

- Un representante de los estudiantes que será el representante de la facultad de comunicación social debido a su competencia en el tema.
- Un representante de los egresados designado por el Decano de la Escuela de Ciencias Sociales de la seccional.
- Un representante de los docentes designado por el Decano de la Escuela de Ciencias Sociales de la seccional.
- El profesor coordinador del área de radio en la facultad de comunicación social – periodismo.
- El coordinador de programación de la emisora.

NOTA: Los representantes serán elegidos para un periodo de un año que podrá ser prorrogado por un año más.

FUNCIONES DEL CONSEJO DE PROGRAMACIÓN ESTACIÓN V

- El consejo de programación se reunirá en sesiones ordinarias al menos cada quince días y será convocado por el coordinador de programación de la Estación V. Podrán realizarse sesiones extraordinarias cuando uno de sus miembros lo convoque.
- Para la realización de las sesiones ordinarias y extraordinarias se requiere un quórum compuesto por, al menos, la mitad más uno de sus miembros.
- El coordinador de programación actuará como secretario del consejo y levantará actas de todas las sesiones. Todas las actas serán leídas y aprobadas por el consejo.

- El consejo de programación será el organismo encargado de autorizar la puesta al aire de los diferentes programas que integren la parrilla de programación. Para ello deberá escuchar los programas pilotos realizados por los productores, de conformidad con la ficha estipulada para la realización de proyectos.
- Todos los miembros del consejo de programación tendrán voz y voto en las decisiones que se discutan.
- Cuando un programa es aprobado por el Consejo de Programación, se contestará por escrito al productor y se harán las recomendaciones finales, si las hubiera.
- El Consejo de Programación deberá informar por escrito al productor las razones por las cuales no fue aceptada una propuesta de programa radial.
- Podrán hacerse sugerencias, observaciones y recomendaciones, en la medida en que los programas no cumplan en su forma y/o contenido con los criterios éticos y estéticos de la programación de Estación V. Si estas observaciones no son atendidas por los realizadores y después de haber informado reiteradamente hasta por tercera vez a sus productores, el Consejo podrá tomar la decisión de retirarlo de la parrilla de programación.
- El coordinador de programación presentará un informe trimestral ante el consejo de programación sobre la composición y la calidad de la parrilla de programación y la articulación de los programas con el proyecto comunicativo de la Estación V.
- El consejo de programación evaluará de manera periódica la calidad de la programación y determinará la metodología para la realización de estas acciones.