

**Análisis sobre la radio online, independiente, universitaria pública y su incidencia
en lo educacional, lo social y cultural en Bucaramanga, Santander.**

Alirio Marín Castaño

Proyecto de grado, presentado como requisito para optar al título de Magíster en
Comunicación

Director

MG. Boris Señas Sierra

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Maestría en Comunicación

CEAD José Acevedo y Gómez

Bogotá D.C.

Noviembre de 2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá, noviembre

2021

Agradecimientos

Este proyecto de investigación no hubiese sido posible concretarlo sin la orientación y colaboración de todas las personas que han hecho aportes para su realización.

Aprovecho para agradecer al director de este trabajo: Dr. Boris Señas Sierra por su respaldo académico y orientación, sin la cual, no hubiere sido posible esta labor.

A mis colegas, al Dr. Fabio Lozano por su sapiencia y a mis seres queridos: gracias por sus aportes, porque no sólo fueron enriquecedores, sino porque en el momento preciso, fueron de gran ayuda, para concretar los alcances de este proyecto.

¡Mi gratitud para todos!



“la radio es un medio comunicacional de envergadura
y de trascendencia en una población o el mundo”

Resumen

Con la presente investigación, se intenta proponer un análisis sobre la radio online independiente, universitaria y pública y su incidencia en lo educacional, lo social y cultural en la ciudad de Bucaramanga Santander del sur, Colombia.

La investigación exige que se desarrollen senderos metodológicos adecuados, que requiere de la aplicación de instrumentos tales como la encuesta, la entrevista, el trabajo de campo y el diálogo de saberes para llegar a un diagnóstico certero sobre lo medular de lo que se investiga, dado que por ser un análisis y no una propuesta, la incidencia de lo social y lo cultural, son complementos, que deberían ser un núcleo importante para el ejercicio de esta actividad y por lo investigado, no lo parece.

Con este proyecto se pretende descifrar los núcleos problémicos desde lo (lo educacional, lo cultural y lo social), que actúan como ejes dinamizadores en este proceso, a fin de establecer unos hilos conductores que permitan medir, no sólo sus alcances epistemológicos y los principios que los sustentan, sino sus propósitos y estrategias, con las cuales, la radio Online aglutina los diversos enfoques que desarrollan este tipo de emisoras, de acuerdo con las diferentes tendencias disciplinares a través de las cuales, ellas se identifican; lo que permite a su vez, un abordaje transdisciplinar e integral de sus objetos sociales y con lo puede establecerse una lectura de las incidencias que el fenómeno le imprime al ejercicio de hacer radio, por fuera de la frecuencia comercial.

Se busca con todo esto, extrapolar la incursión de la tecnología digital en el mundo de la radio independiente, cultural, universitaria y publica, enfrentada al modelo de la radio comercial o de aquellas propuestas que dieron su grito de independencia en la década de los años 90's "a través de la incipiente red de internet a partir de los cuales, la radio tradicional, tal como se conocía en el mundo, se vio obligada a redelinear sus procesos de emisión incluido el de audición". (Orihuela, 2015).

Palabras Claves: Radio tradicional, radio Online, Internet, comunicación, programación, retroalimentación, redes sociales.

Abstract

With this research, we try to propose an analysis on the independent, university and public online radio and its impact on the educational, social and cultural in Bucaramanga, Santander, Colombia.

This, according to the researcher's criteria, requires that adequate methodological paths be developed, in order to arrive at an accurate diagnosis about the core of what is being investigated, given that since it is an analysis and not a proposal, the incidence of the social and the cultural are complements, which should be an important nucleus for the exercise of this activity and from what has been investigated, it does not seem so.

So things, the core intention of this project is to decipher the problem nuclei, which act as dynamizing axes in this process, in order to establish some common threads that allow us to measure not only their epistemological scope and the principles that sustain them, but also their purposes and strategies, with which, Online radio brings together the various approaches developed by this type of radio stations, according to the different disciplinary tendencies with which they identify; which in turn allows a transdisciplinary and comprehensive approach to its social objects and with which, a reading of the incidents that the phenomenon imprints on the exercise of radio, outside the commercial frequency, can be established.

With all this, it seeks to extrapolate the incursion of digital technology in the world of independent, cultural, university and public radio, faced with the model of commercial

radio or those proposals that gave their cry of independence in the decade of the years 90's "through the incipient internet network from which traditional radio, as it was known in the world, was forced to redefine its broadcasting processes, including listening." (Orihuela, 2015).

Keywords: Traditional radio, Online radio, Internet, communication, programming, feedback, social networks.

Índice

Objeto de la Investigación.....	15
Planteamiento del problema.....	15
Formulación del problema.....	20
Justificación del problema.	21
Objetivos.....	25
Objetivo General.....	25
Objetivos Específicos	25
Delimitaciones.....	26
Marco de Referencia	27
Estado del Arte	27
Antecedentes Internacionales.....	29
Antecedentes nacionales.....	35
Marco Teórico – Conceptual	41
Teorías de la comunicación.....	41
Insumos exógenos para producir Radio On Line.....	50
Marco Contextual	62
Marco Legal.....	66
Diseño Metodológico	69
Paradigma de la investigación	69
Enfoque de la investigación.....	70
Método de la investigación	71
Universo y muestra representativa.....	72
Técnicas e Instrumentos.....	74
Encuesta.....	75
Instrumentos de recolección de datos	75
Instrumentos aplicados. (ver anexos).....	76
Resultados	77
Análisis de los instrumentos.....	77
La Encuesta, según la escala de Likert.....	77
Resultados de la encuesta mediante escala de Likert.....	78
La Entrevista.	91

Formato de la Entrevista	92
Análisis de las Entrevistas	93
El Trabajo de Campo.....	100
Resultados sobre el trabajo de campo	107
Resultados Diálogo de Saberes	110
Discusión de Resultados.....	119
Análisis de los objetivos con relación a los resultados.	119
Conclusiones.....	125
Recomendaciones	132
Referencias	134
Anexos	137

Lista de Tablas

Tabla 1 Leyes Colombianas.....	67
Tabla 2. Instrumentos de Recolección de Datos.....	75
Tabla 3. Resultados pregunta 1	79
Tabla 4. Resultados pregunta 2	80
Tabla 5. Resultados pregunta 3	81
Tabla 6. Resultados pregunta 4	82
Tabla 7. Resultados pregunta 5	83
Tabla 8. Resultados pregunta 6	84
Tabla 9. Resultados pregunta 7	85
Tabla 10. Resultados pregunta 8	87
Tabla 11. Resultados pregunta 9	88
Tabla 12. Resultados pregunta 10	89

Lista de Figuras

Figura 1. Planeación Alcaldía de Bucaramanga (sf). Fuente: Google Earth	63
Figura 2. Análisis grafico pregunta 1. Fuente: Autor	79
Figura 3. Análisis grafico pregunta 2. Fuente: Autor	80
Figura 4. Análisis grafico pregunta 3. Fuente: Autor	81
Figura 5. Análisis grafico pregunta 4. Fuente: Autor	82
Figura 6. Análisis grafico pregunta 5. Fuente: Autor	83
Figura 7. Análisis grafico pregunta 6. Fuente: Autor	84
Figura 8. Análisis grafico pregunta 7. Fuente: Autor	86
Figura 9. Análisis grafico pregunta 8. Fuente: Autor	87
Figura 10. Análisis grafico pregunta 9. Fuente: Autor	88
Figura 11. Análisis grafico pregunta 10. Fuente: Autor	89
Figura 12. Parrilla de programación USTA. Fuente: USTA	102
Figura 13. Parrilla de programación Portal FM. Fuente: Portal FM	103
Figura 14. Parrilla de programación La Cultural 100.7 FM. Fuente: La cultural	104
Figura 15. Parrilla de programación Folklore on line. Fuente: Folkore radio	104
Figura 16. Parrilla de programación estación UPB. Fuente: UPB	105
Figura 17. Parrilla de programación UDI On line. Fuente: UDI	106
Figura 18. Parrilla de programación R/Santander On line. Fuente: R/Santander	106
Figura 19. Emisoras existentes en el país 2019. Fuente: Mintic 2019	107

Introducción

Hoy por hoy, con la vertiginosa velocidad de las comunicaciones y el imperio impositivo de lo digital sobre lo tradicional, se vienen observando acontecimientos nunca antes vistos, que hacen que lo que ayer fuera ficción, hoy se constituya en una desafiante realidad.

La radio, la pionera de las comunicaciones que unió continentes y libró batallas triunfales gracias a la comunicación inalámbrica, también hoy se erige como una nueva alternativa, para reinventar un medio, que parecía indestronable a través de lo que hoy se conoce como la Radio Online.

Este Proyecto, se ocupa de analizar sus alcances, no solo en lo meramente geográfico o de cubrimiento, sino en lo atinente a contenidos y programación. No se trata por supuesto, de entablar una diatriba contra la radio comercial, tan necesaria como la Online, porque ambas formas comunicacionales tienen su audiencia. La primera desde siempre y la segunda, con pasos parsimoniosos, pero seguros.

En Bucaramanga, una ciudad universitaria por excelencia, se viene presentando este fenómeno, que para bien o para mal, ha venido ganando terreno entre las audiencias jóvenes que esperan que la radio Online, además de un medio de entretenimiento, lo sea también, en el campo *intelectual y académico*.

En este sentido, no puede desconocerse qué en el caso de este tipo de radio, ésta utilice la tecnología streaming, que es aquella que permite que el audio y el video se complementen con el fin de generar una transmisión en tiempo real.

Este sistema, a través de un funcionamiento básico mediante computador, se produce una transmisión de audio a un servidor en la web mediante un software de streaming, este audio no se queda alojado, sino que tiene la posibilidad de pasar continuamente para ser escuchado por cualquier persona en tiempo real, con lo que se logra, una cobertura mayor y se llega a cualquier lugar del mundo.

Entre sus ventajas tangibles, se encuentran la disminución por trámites de licencia, cobertura mundial, transmisión a bajo costo desde cualquier lugar, esto teniendo en cuenta los requisitos tecnológicos mínimos, la minimización del presupuesto y la generación de estrategias multimedia.

Ahora, si bien, estas consideraciones son válidas como paliativos para hacer una aproximación a sus ventajas y desventajas, también están los réditos culturales que la Radio Online garantiza, cuando *se hace con un verdadero propósito educacional*.

Bajo estos parámetros, este proyecto busca, determinar qué tendencias contribuyen a que la radio online sea más obsecuente con las generaciones que la sintonizan y la escuchan, lo que permite no solo posicionarla en el gusto joven de este tipo de audiencias, sino que contribuye también, a generar estrategias propias del medio,

para ubicarse como una emisora web, en las preferencias de una audiencia juvenil cautivada por su enfoque, que básicamente tiene que ver con su contenido.

A través de los diferentes capítulos aquí consignados, se despejará el propósito general y particular de la presente propuesta.

Objeto de la Investigación

Planteamiento del problema

En Bucaramanga, Santander, Colombia, existe número aproximado de quince (15) estaciones de radio Online, entre Universitarias, independientes, Publicas, y veinte tres /23) estaciones de radio comerciales, en su mayoría filiales de CARACOL y RCN.

Es en estas últimas estaciones de radio tradicional, donde por sus compromisos de índole publicitarias (políticos, religiosos o comerciales), se evidencian algunas falencias en sus contenidos, ya que lo educacional y cultural en sus parrillas de programación en la mayoría de las veces, brilla por su ausencia.

Con la llegada de la internet, estas emisoras comerciales comenzaron en mínima escala claro, a perder receptividad al parecer, por no llenar las expectativas de una audiencia hábil en el manejo de los nuevos formatos digitales de este tipo de radio que empezaba a masificar el concepto de comunicación radial vía plataforma, que llegó no solo para quedarse, sino para ofrecer desde otras perspectivas, unas dinámicas innovadoras y comprometidas con las diferentes generaciones que veían en esta nueva opción, el mejor camino para la construcción de una *“sociedad más incluyente, capaz de hacer de esta generación un eje de acción social más participativa y pensante”* (.García (2010)).

Las emisoras de radio online al retransmitir su señal por sus páginas web, fueron llegando a más oyentes, que se multiplicaron de manera asombrosa, a través de las redes sociales. De acuerdo con López (2010) “Las emisoras On línea, de esta manera permitieron mayor interactividad y se dispusieron a ofrecer nuevos sistemas de comunicación entre la radio y el oyente”. Fue de esta forma, cómo grupos inicialmente independientes y de aficionados a la radio, comenzaron a transmitir contenidos desde sus ordenadores.

Pensar de esta manera, condujo a los interesados a visualizar las ventajas que preveían en el formato digital ofrecido por la radio online, lo que puso en el tapete, una competencia de alguna forma subterránea, porque si bien es cierto, esta oferta hizo que algunas emisoras de radio tradicional fortalecieran su parrilla de programación haciéndola más variada, aún no entendían, qué sería si se le imprimiera un sello genérico en música, noticias o estilos, con los que podría dar la batalla en la seducción de la audiencia joven.

Tal análisis, reformó el mapa de la oferta radial en Bucaramanga, porque al mismo tiempo que comenzaron a surgir emisoras radiales comerciales dedicadas a la salsa, la balada, el vallenato, el despecho, también entró cabalgando hace unos 10 años el reguetón, un fuerte género muy interesante, al menos para algunas audiencias sobre todo para la gente joven.

La tentación de navegar entre lo comercial y lo cultural, hizo que casi de una manera imperceptible, comenzaran a aparecer ofertas de radio online, originadas en su gran mayoría por la iniciativa de estudiantes universitarios, independientes y universidades asentadas en la ciudad.

En un principio, estas estaciones de radio online, evidentemente independientes y llenas del vigor aportaron iniciativas que clamaban por un cambio, pero al no tener muy clara aún sus metas, evidenciaron confusión en sus horizontes misionales, pues no contaban abiertamente con un formato definido y específico, en cuanto sus contenidos, emisión y transmisión.

Tal desenfoque inicial en sus propósitos, logró evidenciar la naturaleza errática de su programación inicial, que no era coherente, ni permanente, ni mucho menos linealmente constante en el tiempo, dado que sus emisiones al principio intermitentes y sin un sello de identidad, dejaban ver el calidoscopio o direccionamiento particular que se derivaban de los conocimientos educacionales muy personales de sus propietarios y/o directores, que seguían sin tener claro, a qué tipo de población objetivo dirigían sus emisiones, llenando ese vacío y desconocimiento, mediante una programación más coloquial, que educativa o cultural.

De acuerdo con lo anterior, era evidente para entonces, que los productores no tuvieran conocimiento de la producción radial, ni desde lo eminentemente técnico, ni desde el punto de vista académico, tal como fue el discurso inicial y motivacional, con el

que este tipo de emisoras irrumpió en el espacio de las comunicaciones masivas, tanto en Bucaramanga como en su zona metropolitana, pues lo que comenzó a surgir a la par con el fenómeno radial online, fue una propuesta de radio que obedecía más a contenidos cercanos a los gustos personales de sus propietarios o directores, que al verdadero propósito de acercarse a una audiencia específica y previamente identificada como población objetivo y no a la complacencia de una audiencia concreta.

Esta situación que fue un verdadero detonante para la proliferación de la radio online en la ciudad, también se debió a que los propietarios y/o directores de las emisoras de la radio tradicional, influyeran para que la radio online cayera en los mismos vicios de la radio comercial, esa misma que comenzara 100 años atrás, estructurada mediante el binomio “propietario- visión”, donde quien fungía como dueño, imponía su visión personal del “negocio”.

A partir de este enfoque, la presente propuesta busca denodadamente, intentar clarificar el rumbo que a tiempos de hoy, tienen las estaciones de radio online en la ciudad, por cuanto, a juicio de la investigación, estas no solo están perdiendo el norte ideológico que las originó, sino que con honrosas excepciones, hay algunas que insisten pro tempore, en mantenerse incólumes en la dirección original trazada.

En las demás, objeto in situ de este estudio, se les nota la despreocupación en el cultivo del empoderamiento, de la creatividad y la exploración de nuevas propuestas y contenidos, con las cuales se pudiera generar un poscat, que garantice una parrilla de

programación coherente con la misión educativa y cultural que la audiencia espera de este tipo de radio.

A pesar de esta diatriba contra la manera de hacer radio online en Bucaramanga, que es inminentemente coyuntural, no sobra apuntar qué si bien este tipo de oferta radial es una gran alternativa, cuando su trabajo debería estar enfocado a respetar los parámetros educativos y culturales para lo que fue instituida, también es negativa, cuando hay detrás suyo, intereses y/o compromisos publicitarios, qué de hecho, le impedirán cumplir su mesiánica misión de servicio en lo educativo y lo cultural.

Formulación del problema

Por cuenta de lo anterior, se hace imperioso y obligante para esta investigación, plantearse los siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la oferta de las emisoras Online de la ciudad de Bucaramanga desde un proceso educativo, formativo y cultural, para que esto genere procesos de transformación y cambios en población?
- ¿Cuáles son los contenidos que en la actualidad, ofrecen las estaciones de radio Online de Bucaramanga, en cuanto sus aportes reales a los procesos de educación y cultura para sus oyentes?
- ¿Están los directivos, propietarios, productores y/o locutores de las radios online de Bucaramanga, capacitados para un trabajo educativo y cultural a través de este tipo de plataforma?

Justificación del problema.

Bucaramanga, Santander, Colombia, es una ciudad intermedia de la zona suroriental del país, que cuenta con una profusa cantidad de estaciones radiales comerciales, que como su nombre lo indica, están signadas por un interés mercantil y publicitario, abiertamente legal.

En este sentido, nace la radio online, no como una competencia contra las primeras, sino como un complemento, originado en la necesidad de dotar a una audiencia etariamente distinta, de una estrategia de comunicación que debería estar basada en parámetros educativos y culturales que, sin abandonar la diversión y la recreación, permitieran cultivar otras tendencias cognoscitivas en su audiencia.

De acuerdo con este patrón de referencia, este estudio pretende establecer el impacto que este tipo de radio tiene para la ciudad, haciendo un rastreo bibliográfico que le permita a la investigación, apoyarse en algunas teorías que ayuden a encontrar una explicación epistemológica a este fenómeno de masas, “pensado para qué desde una plataforma web, se puedan propiciar espacios de *enseñanza- aprendizaje* como un instrumento divertido para el conocimiento”. (Cebrián Herreros, M. (2008).

Está demostrado que el poder de penetración que la radio tiene en la sociedad, sea esta en formato tradicional u Online, permite una inmensa cobertura en términos

relativos, que contribuye a que la misión que se establezca con ella, cumpla sus cometidos misionales.

En este sentido, también es evidente, que la sociedad necesita saber lo que ocurre a su alrededor y cuánto más cerca se da el suceso, mayor interés suscita, para lo cual se requiere de medios de comunicación, que como los que ofrece la radio Online se hacen más que necesarios, cuando se emite una programación con esa intención.

Otro de los aspectos que redundan en el impacto causado, radica en los bajos costos para su producción y funcionamiento, porque gracias a que el tamaño de las emisoras de este tipo, sean tan reducidos, facilita su ubicación y traslado para los espacios que la circunstancias ameriten, lo que de por sí no trastoca el objetivo principal de las mismas, que es contar interactivamente, con las opiniones de los radioyentes, cumpliendo con el equilibrio, neutralidad y solidaridad, así como el respeto de los derechos, que emanan del ser informado al tiempo que educa y cultiva.

Y aunque es claro, que una emisora de este tamaño y tipo, no puede contar con los mismos medios y espacios que una emisora de cobertura nacional, ni tampoco con sus altos niveles de audiencia; la proximidad que se le ofrece al oyente de una estación Online, es la de poder saber qué está ocurriendo en su propia zona, en cuanto la previsión de sucesos políticos, culturales, académicos o estudiantiles, porque estos son factores que hacen de esta clase de emisoras, un medio cercano y familiar.

Todo lo anterior, adquiere su patente de utilidad y beneficio, en el usufructo proactivo de la Internet, porque gracias a este descubrimiento del milenio, se han ampliado las fronteras y hoy en día, la radio ya no tiene límites de escucha, dado que el oyente puede permanecer a la escucha de la emisora que desee, aunque no se encuentre dentro del rango de cobertura de emisión, sintiéndose como en casa aun estando lejos de ella.

Desde esta óptica interpretativa, es que se puede hacer una aproximación sobre las infinitas posibilidades de la radio Online, sobre todo, por el valor de uso que a través de ella, se hace de la Internet, quien mediante una página web a nombre de la emisora, puede difundir información no comercial y publicitaria, sobre noticias, sucesos generales o simplemente sobre una programación, consultando la audiencia a la que se dirige.

Analizar las incidencias generales que causan en Bucaramanga, este tipo de emisoras son un arma de grandes potencialidades colectivas contra la desidia, el desinterés y la falta de expectativas locales, que en material de educación y cultura, se viene notando en la ciudad.

No hay que olvidar, que, en este sentido, “La radio le cambió el libreto a la prensa, tal como 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” (Reyes Vidal, Vorher Morales. (2008).

Desde esta mirada, los medios de comunicación tradicionales, se han visto en la obligación de repensar sus contenidos y las formas como son presentados al público, pues la globalización ha cambiado las lógicas de consumo.

Y todo esto ha sido posible gracias a la Internet a través de la cuales, los medios de comunicación tradicionales, vienen siendo revaluados por una oferta cada día más invasiva de radios Online, que han encontrado en este tipo de plataformas, otra opción para su difusión, logrando que las personas puedan acceder a sus contenidos de manera virtual, con lo cual, se ha *constituido una audiencia capaz de decidir de acuerdo con sus necesidades y gustos.*

De allí, que la importancia manifiesta de este tipo de análisis, radique en el interés de la investigación por incentivar y descifrar los alcances que podría llegar a tener este tipo de emisoras online, sin que se distraiga la ruta trazada *hacia lo* educativo y cultural, por cuanto es su impronta misional, hacer que la radio Online, sea aquella oferta, pensada para educar y cultivar el espíritu, a través de la información académica y humanística, que sirva de paliativo contra los influjos negativos de la realidad circundante.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un análisis sobre la radio online, independiente, universitaria y pública, dirigida a medir su incidencia en lo educacional, lo social y cultural en Bucaramanga, Santander.

Objetivos Específicos

Describir las dinámicas de la Radio Online o Ciberradio independiente, universitaria y públicas, con respecto a la incidencia en lo Educomunicacional y Cultural entre los años 2020 y 2021 en la ciudad de Bucaramanga,

Examinar el alcance que tiene este tipo de oferta radial Online en la preferencia de las audiencias jóvenes de la ciudad, en cuanto la influencia que ejercen en ella, directivos, propietarios productores y/o locutores de la Radio Online relacionado con lo educativo y cultural de la programación ofrecida.

Evaluar los contenidos de la parrilla de programación de las emisoras online de la ciudad de Bucaramanga, con el fin de medir el rango de importancia que estas le otorgan a lo educativo y cultural en ellas.

Delimitaciones

Geográfica. Esta propuesta tiene como base de intervención analítica, las emisoras Online radicadas en Bucaramanga.

Espacial. El Proyecto, tiene su razón de ser, en los espacios universitarios o de iniciativas independiente que se presenten a consideración de las audiencias juveniles de Bucaramanga, Santander.

Temporal La propuesta como tal, se desarrollará aproximadamente en un año calendario institucional.

Marco de Referencia

Estado del Arte

La radio es un medio antiguo y tradicional. Desde hace más de dos décadas viene adaptándose a las innovaciones tecnológicas que le permiten unas condiciones de interactividad y convergencia que en últimas la convierten en un “nuevo medio” de interacción y su recepción de audiencias.

Con el correr de los tiempos, la radio como medio de comunicación de masas, ha sido transformada o reinventada en un nuevo medio denominada ahora: *radio On line*, *radio en línea*, *ciberradio*, *radio por internet*, quien en virtud de la diversidad de formatos, se ha convertido en una dinámica muy propia y común, del tipo de audiencia pública que consume esta forma de información.

Bajo esta directriz operacional, con la aparición de la radio en las páginas web, a las cuales se le denominó *webcast*, se comenzó a incrementar el número de emisoras de todo tipo, a lo que siguió el inicio de otros recursos tecnológicos, entre ellos el *podcasts* o archivo digital de audio, que almacena extensos contenidos de todo tipo, base de la información que se divulga en la actualidad y entre la audiencia joven, de corte universitaria habitualmente.

Con el fin de precisar los alcances de esta oferta radial, a continuación, se relacionan experiencias internacionales, nacionales y locales que dan cuenta de la expansión que últimamente ha ganado este medio entre los jóvenes.

Antecedentes Internacionales

Marta y Segura, (2014) hablan de la aparición de la ciberradio y como esta novedad rompe las barreras geográficas y con ello, el carácter de proximidad que la radio tradicional tenía con su entorno, dependiendo para ello, de unas antenas que limitaban su potencia y cobertura.

Con la llegada de la Ciberradio, las tendencias de los contenidos, se redujo “a su carácter temático de acuerdo con el gusto y el interés de las audiencias, sin importar el lugar de producción y emisión de contenidos”.

No obstante, los estudios encontrados sobre el tema de la radio a nivel internacional “han estado orientados hacia la radio análoga y pocas veces sobre las radios universitarias menos aún sobre las ciberradios”. (Villanueva, 2008).

Sin embargo, la primera estación de radio por Internet conocida como radio On line, tuvo su aparición en 1993 en Estados Unidos con programas de voz almacenados y distribuidos en formatos de archivo compatibles con computadores PC, logrando llegar a 14 millones de personas situadas en 106 países, y de allí surgieron otras más en los Estados Unidos.

En el Salvador y el Sur de California en el año 2005, nace Dyna-radio.com, emisora con una programación musical que incluía todo tipo de géneros. En ciudad de México, aparece la www.xela.com.mx, una estación que ofreció en sus inicios contenidos

de musicales de variados formatos. “Cabe anotar que las primeras estaciones de radio online en el mundo, su parrilla de programación estuvo básicamente dedicada a contenidos musicales” (Toffler, 2009).

De igual manera, es de relevancia apuntar, que la radio Universitaria por Internet hizo su aparición en Hong Kong; en el Reino Unido en 1996, en Australia en 1998 y en Antigonish, Nueva Escocia en 1999. La radio por Internet en América Latina al parecer se inició el Centro de Educación Popular (CEDEP) del Ecuador, en el 2004 enviaba un bloque de noticias a todo el mundo.

Dentro de la misma línea de búsqueda, se encontró con la propuesta de Del Campo, Saltos Guillermo. (2017), quien participa del debate bibliográfico, con su trabajo de investigación titulado: “La radio Online, una Estrategia Comunicativa para el Estudiante Colegial”. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, quien realiza un estudio centrado en la aplicación de un modelo de Radio Online para centros colegiales, donde los sujetos importantes fueran los estudiantes.

La idea del autor, fue contribuir pedagógicamente, sobre el cómo involucrar al docente, al estudiante y al padre de familia en un espacio de aprendizaje que lleve de la mano la práctica, como motor de desarrollo, para lograr que a través del radio se estimule el conocimiento y las ganas de aprender.

Este modelo de praxis radial, se insertó como una herramienta pedagógica extracurricular al proceso de enseñanza. En ese sentido se creó un club permanente de radio en la Unidad Educativa Santiago Mayor (UESM) con el que a partir de cuatro meses se empezaron a ver los resultados positivos, tanto, en lo educacional, como en lo cultural.

Este estudio, permitió que la investigación girara sobre la importancia y el papel que cumple la radio online como herramienta en lo educacional en los distintos escenarios, en este caso en particular, la escuela.

Por su parte, (Mauricio, 2016) en su estudio "*Implementación de una radio on-line para fortalecer los procesos comunicativos, educativos y culturales de las y los estudiantes de la carrera de informática*", Universidad Central del Ecuador facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación carrera de informática. Se ocupó de examinar el aporte que brinda la radio on-line en el aspecto comunicativo y de educación en los estudiantes de la carrera de informática, ante todo, buscando satisfacer las necesidades comunicacionales que exige este tipo de formación universitaria.

El autor concluye su trabajo, afirmando que fue positiva su investigación, porque permitió verificar el grado de aportes brindados a los estudiantes de la carrera de informática a través del ejercicio cumplido mediante las clases atendidas por radio on-line, que vino, como herramienta virtual a fortalecer aspectos comunicativos, educativos y culturales, con lo que logró despertar el interés por la viabilidad del proyecto presentado.

También se consignan aquí, los aportes de: Del campo Guillermo, Veloz Héctor Alonso y Córdova Greta. (2017). *“Contribución de la Radio web como Herramienta de Aprendizaje Extracurricular en Estudiantes de Nivel medio de Colegios Privados de Guayaquil, donde estos autores exponen los resultados sobre las ventajas de incluir una radio web en una institución educativa de estudio medio, buscando que permita mejorar los niveles de comunicación, expresión, capacidad de análisis y pensamiento crítico en estudiantes adolescentes del ciclo de bachillerato de colegios particulares de Guayaquil.*

En esta investigación, se concluye que la radio web, debido a sus características propias y nuevos entornos con la tecnología, es el medio más idóneo para que los estudiantes puedan tener un espacio de interacción y participación, que permita mejorar su rol como entes activos en la sociedad, además de vincular las actividades extracurriculares como factor preponderante en la formación de los jóvenes colegiales”.

Dichos aportes, le sirven a la presente investigación, en que los hallazgos de los autores ecuatorianos, se equiparan con los que se vienen encontrando en Bucaramanga, en lo educacional y cultural del sector joven y estudiantil universitario lo que simultáneamente, abre un debate sobre la necesidad de crear nuevos espacios de actividades extracurriculares que permita a los adolescentes colegiales, docentes y directivos tanto de establecimientos académicos como de directores de radios independientes, integrarse a las nuevas dinámicas de enseñanza-aprendizaje mediados por la tecnología.

Las anteriores experiencias, confluyen en la propuesta de (Catalán, (2015)), en su tesis: “*La radio escolar digital y su aporte al aprendizaje en la asignatura de Lenguaje y Comunicación en el Colegio Altazor*” presentada a la Pontificia Universidad Católica de Chile, donde se plantea, la importancia de la radio escolar digital como un medio capaz de reforzar y mejorar los aprendizajes de jóvenes en el contexto educativo chileno.

La relación entre la radio escolar digital con los planes y programas de la asignatura de Lenguaje y Comunicación, y a su vez la potencia que este insumo entrega para el desarrollo de habilidades como la creatividad, el pensamiento crítico y el aprendizaje colaborativo”, arroja que: “La radio es un medio de comunicación que presenta características atractivas y trascendentales para los educandos y para la ciudadanía en general, porque genera: participación, interactividad, inmediatez, portabilidad; que hacen de este medio un recurso fresco e innovador de incorporar en el aula”.

Por último, se consignan los aportes de María Magdalena Galeana (2018), quién siendo docente de la especialidad de Preescolar de la Universidad de Alicante, España, crea y dirige el proyecto: “*Radio Solidaria Amiga Online y Radiosolamichildrens*” desde donde imparte un taller de radio escolar, que emite en formato online a través de su página.

El interés de esta docente, ha sido el de fomentar la solidaridad, desarrollar un currículum como herramienta y recurso del proceso de enseñanza– aprendizaje, comprender discursos orales y escritos, desarrollando métodos de búsqueda de información, que les permita a sus escuchas, manejar diversas fuentes escritas y orales, expresión oral y por escrito con coherencia y corrección y utilizar recursos expresivos, lingüísticos y no lingüísticos entre otras actividades.

El nivel de participación que esta docente ha conseguido con su programa radial on line, va desde niños de 3 años a 6º de primaria, como también dirigido a todo tipo de público.

Como puede verse, su aporte se ha centrado en fortalecer la radio on line como herramienta didáctica y pedagógica, haciendo de ella, una radio educativa para llegar a todos, alumnos, padres y profesores.

Extrapolada esta experiencia, con la que esta investigación plantea, se unifican criterios, en búsqueda de los mismos resultados en Bucaramanga, contexto focal de la presente investigación.

Antecedentes nacionales

La Radio Universitaria en Colombia, se homologa de igual manera, con lo que acontece en la radio Comunitaria, las que también en su mayoría, algunas emiten sus contenidos desde la plataforma web, vinculándose a la ciberradio actual, a través de la transmisión de programas de interés cultural, sin ninguna finalidad de lucro, pero teniendo entre muchos de sus objetivos, la difusión cultural, la ciencia y lo educativo.

Sobre esta experiencia, hay quienes sostienen que la radio por Internet en América Latina. inició en Medellín, porque fue la Universidad de Antioquia, quien en el año 2000 empezó a emitir contenidos culturales, alternativos y de acontecimientos sucedidos, inicialmente en la ciudad de Medellín Colombia.

Es claro, que históricamente el origen de este tipo de herramienta comunicacional, tuvo en sus comienzos, como sigue siendo ahora, *un fuerte fundamento propositivo, cual es, generar impulsos hacia proyectos de educación nacional, que estén al servicio de una sociedad mejor informada y educada*, a efectos de estimular en los estudiantes, su integración y preocupación por la realidad que los determina como entes sociales, a través de la vinculación que puedan tener con la Ciberradio en la selección de contenidos, elaboración de implícitos inteligentes e informativos como política, sociedad, ciencia, arte, historia y cultura entre otros.

En Colombia, para el año 2002, se creó el sitio *www.elexpreso delrock.com*, como una estación de radio en línea, dirigida a mantener contenidos musicales de este género.

En ese mismo año, el grupo liderado por la comunicadora social Lucía Restrepo Cuartas en la Universidad de Antioquia, inició un proyecto para retransmitir audio y video en línea y llegar a todos los municipios del departamento con una propuesta de educación a distancia. Más tarde, fue la Radio Altaír, también de la Universidad de Antioquia, quien para el año 2003, apareció proponiendo desarrollo de contenidos eminentemente educativos, “pensados para comunidades muy puntuales a las que se les quiso en su momento, ofrecer una alternativa de formación humanística con una herramienta tecnológica”. (Pontificia Universidad Bolivariana, 2004).

Un año más tarde, en el 2004, los amantes del folclor costeño colombino dieron nacimiento a la estación en línea, que denominaron: Vallenato.com, En el año 2005, apareció Radio Subterránea, una estación radial por Internet, el mismo año la emisora HJCK, migra hacia la red de la Internet.

De acuerdo con todo este acervo experiencial, es de mucha importancia registrar la presencia de la Radio Comunitaria en Colombia, en relación con su accionar, la importancia que ha tenido sus emisiones, valiéndose para lograrlo desde la plataforma web.

Según Tito Ballesteros López y Santiago García (2020) en su interesante obra: Mapa de Radios de América Latina y del Caribe. Afirman que: “Colombia es el único país en la región, en el que el número de emisoras comunitarias (626) es muy similar o casi igual, al de las frecuencias comerciales (667)”.

De estas, 626 que indiscutiblemente, es un número importante, están en plataforma web, una oportunidad poco despreciable para hacer de la radio en línea, una propuesta masiva y diferente, capaz de ejercer influencia mediante *directrices culturales y/o educativas*.

De otra parte, la Red de Radios Universitarias en Colombia (RRUC), está conformada por 80 emisoras (9 en AM, 38 en FM y 33 virtuales) de las cuales están distribuidas por regiones: 25 de ellas en el Occidente; 12 en el Sur; 11 en el Oriente y 10 en el Norte del país.

Dichas estaciones On Line son iniciativas de al menos 80 universidades – entre estatales y privadas - ubicadas geográficamente en 21 ciudades capitales y en 11 municipios de Colombia.

Un dato importante a resaltar, es qué de las 80 emisoras universitarias, un alto número de ellas, (33) realizan sus emisiones desde la plataforma Web, para el país y del cual se desglosa un importante porcentaje para Bucaramanga, destacada ciudad del oriente colombiano.

En este sentido, la proyección de la Red de Radios Universitarias en Colombia, ha tenido una especial importancia social, porque cada una de ellas, se han constituido en un canal divulgativo para la configuración de una sociedad mejor informada y educada, a través de los cuales, la formación de ciudadanos, su participación, su inclusión en el devenir de sus entornos, la diversidad obtenida y la conveniencia de este servicio, es la responsable directa de querer apostarle desde la radio, a la configuración de una verdadera cultura ciudadana.

De otra parte, hay otros estudios que se relacionan con la presente investigación, como los de Santos Forero, Jorge Alberto y Valencia Céspedes Javier (2018) quienes a través de su tesis titulada: *“La Radio la Recepción, las Audiencias, los Hábitos de Consumo y la Producción de Contenidos*, presentada a la Universidad Católica de Manizales, plantean mejorar la producción y la sintonía radial de la emisora de la Universidad Católica de Manizales y las nuevas propuestas de emisoras que surjan en la región en las instituciones de educación superior confesionales. (Forero Santos, 2018).

La localización de este estudio, se desarrolló en Manizales Caldas, y Pereira Risaralda en el año 2016 en el que se concluyó que: “la radio universitaria On line en nuestro país, aún es hoy, un medio emergente y en exploración, por cuanto no ha podido fijar – después de tanto tiempo - su identidad corporativa y su modelo de producción y emisión, ya que en algunas estaciones en este formato, se sigue añorando el concepto general de la radio universitaria de antena como un medio que transmite y comunica

todas las dinámicas y procesos de las instituciones universitarias, que poseen este tipo de oferta radial.

También hace parte del interés de esta investigación, el trabajo académico de Álvarez Andrés Mauricio y Moreno Vásquez-Carvajal Sandra Catalina (2015) titulado: *“Radio y Cultura: Una Propuesta de Radio Ciudadana en Internet”* de estos estudiantes de la Universidad de la Sabana, que buscaron “hallar los componentes de una ruta metodológica para establecer el tratamiento de contenidos de promoción cultural de la radio en Internet, dirigidos a plataformas tecnológicas en Colombia; trabajo que se asumió desde una metodología etnográfica que dio los elementos para una investigación aplicada, que sirvió para destacar la propuesta como un modelo de comunicación, pensado para educar mediante la virtualidad de la radio. (Catalina, 2015).

Por otro lado, (Barrios, 2012). En su *“Análisis de la Radio Escolar y su Aporte a la Construcción de Ciudadanía en las Instituciones Educativas Oficiales del Distrito de Cartagena* de la Fundación Universidad del Norte Barranquilla, caracteriza los “diferentes usos pedagógicos que hacen de la radio escolar, los docentes y estudiantes, en relación con sus aportes a la construcción de ciudadanía.

En este trabajo, el autor describe los usos que docentes y estudiantes le dan a la radio escolar en las instituciones educativas oficiales de Cartagena, buscando con ello, determinar los procesos de formación de ciudadanía a partir del uso de las radios escolares en este tipo de instituciones oficiales.

La investigación la fundamentó su autor, en un diseño cualitativo en donde se utilizaron diferentes fuentes de información, así como instrumentos para la recolección de datos.

A manera de conclusión, lo que se buscó fue evidenciar la incapacidad tecnológica de estas instituciones para lograr no solo procesos democráticos a la hora de aprender, sino lograr resultados más exitosos en lo comunicacional y lo educativo, a efectos de construir ciudadanía a partir de la participación, la formación de valores y el mejoramiento de la convivencia escolar, a través del ejercicio radiofónico de la radio escolar.

Marco Teórico – Conceptual

Teorías de la comunicación

La radio ha sido uno de los medios que más ha cambiado y evolucionado ante las nuevas tecnologías, esto ha generado una transición en la que la calidad forma parte principal del cambio respecto al sonido, la estabilidad y la recepción, La radio ha sido uno de los medios que más ha cambiado y evolucionado ante las nuevas tecnologías, esto ha generado una transición en la que la calidad forma parte principal del cambio respecto al sonido, la estabilidad y la recepción.

De igual forma, el manejo de estrategias para la vinculación de la audiencia se centra en una comunicación bidireccional que crea un intercambio de información entre emisor y receptor y un diálogo o debate en dicho proceso, englobando un todo en el concepto de comunicación.

Es predecible que un análisis de esta índole, amerite que se haga una pequeña reseña histórica de su importancia, en la medida del protagonismo que ha tenido la radio desde aquel lejano 1920 cuando analógicamente irrumpía en el mundo contemporáneo.

Desde este ángulo interpretativo, se entiende la comunicación como un proceso de expresión, interacción, e influencia. (Toffler, 2009) citando a Craig (1999) afirma que se considera un proceso en donde los comportamientos de los seres humanos o de otros

organismos complejos manifiestan mecanismos psicológicos, situaciones, cualidades, que a su vez producen una serie de efectos cognitivos, emocionales y de actitudes que conforman la interacción entre individuos con manifestaciones similares.

La mayor parte de esto se centra en el procesamiento de mensajes, haciendo énfasis, en cómo las personas planean sus estrategias para el envío y el procesamiento de la información y, sobre todo, en los efectos que tiene el contenido sobre los individuos que la consumen.

En la presente investigación, se encontraron diversas teorías que tratan el tema de comunicación entre individuos, el proceso y cómo influyeron las nuevas tecnologías en la comunicación entre emisor y receptor.

Por su aporte y para el entendimiento del problema, se describen las siguientes: El psicólogo Carl Hovland fue uno de los padres fundadores de la investigación experimental sobre los efectos de la comunicación en la Universidad de Yale. Sobre ello, (Toffler, 2009) explica que encabezó un grupo de 30 investigadores, quienes procuraban saber las bases de propuestas empíricas referentes a las relaciones entre los estímulos de la comunicación, la predisposición del público y el cambio de opinión.

El marco lo que trataba, era conocer el quién dice qué, a quién y con qué efecto. Dicho marco exploró tres causas separadas de variación persuasiva: quién (fuente del mensaje), qué (contenido del mensaje) y a quién (características del público).

Al final el principal efecto que se midió, fue el cambio de opinión, revelado por unas escalas de actitud que proporcionaron el antes y después del mensaje. Hovland y sus colegas, descubrieron que un mensaje proveniente de una fuente de alta credibilidad, producía grandes cambios en la opinión, a diferencia de un mismo contenido proveniente de una fuente de escasa credibilidad.

Bajo esta etapa, sobre precisión de contenidos, es necesario no abandonar estos referentes comunicacionales, porque los mismos, serán la base para medir el impacto de esa información o mensajes, en las fases posteriores a la radio análoga que hoy domina el panorama radial del mundo entero.

Está demostrado que, en estos nuevos vientos tecnológicos radiales, han venido a suplir la necesidad de información y comunicación de las nuevas generaciones. *De allí, la presencia interestelar de lo que se conoce como la radio online, que hoy por hoy, es un medio de comunicación que forma parte, de las nuevas tecnologías de la información (TIC).*

El salto de la radio frecuencia a la radio online, es indudable que ha despertado el interés de muchos aficionados a la radio, debido a su inalienable característica principal, que no es otra, que cualquier persona puede compartir música, noticias y cultura con miles a su alrededor o en el mundo.

(Cebrián Herreros, 2008) considera que la radio On line o Ciberradio, como también se le conoce, van de la mano con la interactividad, porque está demostrado, que superan la tradicional comunicación de participación en los estudios vía telefónica o de otras modalidades". (p.39). Las emisoras de radio implementan la radio online retransmitiendo su señal por sus páginas web, llegando a más oyentes a través de las redes sociales.

De acuerdo con (López, 2010) "Las emisoras On line permiten mayor interactividad y ofrecen nuevos sistemas de comunicación entre la radio y el oyente" (p. 5). Partiendo de esta facultad omnímoda, su capacidad de penetración a lugares insospechados con una mínima inversión y montaje de infraestructura, ya que no necesita de sofisticadas antenas de repetición, es lo que ha hecho que se convoquen en torno a ella, tanto universidades como grupos independientes aficionados a la radio, que fueron creando una red a lo largo y ancho de los países, con el único objetivo de transmitir contenidos desde sus ordenadores.

Muchas cadenas de estas radios comenzaron de esta forma hasta convertirse en grandes estaciones en la actualidad. Asegura García (2010), "la radio nace por la invención y la creatividad de algunas personas" (p. 5). Este autor, sostiene que han sido las redes tejidas entre sí, lo que ha permitido, que la radio On line evolucione desde su aparición en 1993 hasta la actualidad.

Fernández (2013), indica: “Desde la aparición de la Internet y los modernísimos dispositivos móviles, se ha producido una auténtica revolución en los medios de comunicación y dentro de ella, la radio no ha sido ajena a esos cambios, podríamos decir, que la radio se adapta a ellos y se crean nuevas ventanas para el mundo actual y los medios de comunicación masiva” (p. 23).

Desde esta perspectiva funcional, la radio Online es entendida como un medio de comunicación libre, con una expansión y cobertura asegurada mediante la potencia y diseño de nuevas tecnologías digitales, que permite que a través de dispositivos móviles y mediante el concurso de las redes sociales, se llegue hasta el último rincón del mundo.

Para el caso, (López, 2010) insiste en afirmar que “si bien la internet, se ocupó de abrir un sin número de plataformas para las comunicaciones alrededor del mundo, han sido los espacios web, creada por ella, lo que les ha permitido a las personas, tener el mundo al alcance de un clic, con lo que han podido disfrutar los contenidos programados en línea para ellas” (p. 22).

Actualmente quienes más utilizan este medio son los *niños, jóvenes y jóvenes adultos*. Está demostrado, que son ellos los que tienen mayor acceso a este servicio, por cuanto manejan al menos, una cuenta en alguna red social (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, etc.).

Según Piñero & Otero (2013) “Los medios de comunicación y los medios digitales han evolucionado en su mayoría debido al proceso de socialización digital, que es impulsada por la innovación del usuario y la popularización del software social” (p. 27).

Como expresa (López, 2010), “el mercado comunicacional está sobre explotado en oferta entre los medios de comunicación escritos, las radios y las televisiones locales y transnacionales, dado que la penetración de internet, en las sociedades, hace más amplia la oferta” (p. 34).

En la actualidad las redes sociales evolucionan conectando a millones de personas alrededor del mundo. Los medios de comunicación tuvieron un salto evolutivo, el internet acopló los medios de comunicación y mejoró el flujo de información.

En este sentido, (López, 2010) argumenta que: “A través del streaming, se suma la radio a la carta, un servicio que permite al oyente escuchar el programa que desee en cualquier momento y desde cualquier punto del planeta”.

Las radios en línea también pueden transmitir programación grabada y ofrecer el servicio de **Podcasting**, es decir que los usuarios puedan descargar el audio del programa. La radio tradicional es un medio de comunicación masivo que a pesar de sus limitantes y su lucha contra otros medios ha mantenido su vigencia e importancia dentro de la sociedad de la información innovando su capacidad y cobertura. La evolución

tecnológica de la radio debe entenderse de forma integral como la convergencia de varios descubrimientos (Martínez, 2011).

Es este apartado se deja claro que la radio como medio de comunicación masivo ha mantenido su vigencia e importancia a pesar de ventajas de otros medios e incluso el internet, al cual lo ha hecho su mejor aliado; esta evolución tecnológica ha hecho que la radio se redescubra como medio de comunicación.

Hoy la inmediatez de la información en tiempo real, ha hecho de la internet, una herramienta de utilidad para la demanda actual de comunicación. Esta ha generado un cambio en la forma como las personas escuchan radio, porque el consumidor elige que tipo de programa quiere escuchar según su gusto, como ejemplo la plataforma **spotify**, que transformó la industria de la música. “Por sí misma, este tipo de plataforma u oferta de contenidos, se asume como un reproductor de música mágico con el cual, se puede buscar instantáneamente cualquier canción en el mundo y reproducirla a su antojo” (Kniberg, H. & Ivarsson, A., 2012).

Desde la esfera de los beneficios, la radio online es novedosa porque traspasa a las nuevas tecnologías de la comunicación social (TICS), Con la utilización de programas de streaming el rango que tiene se da a notar cada vez más. Con las nuevas tecnologías, según, (Cebrián, 2001), “se incorporan el podcasting, los audios blogs y otras manifestaciones interactivas” (p. 123).

Además de todo lo anterior, también se incluye como característica o novedad importante de la radio por internet, “la posibilidad de que instituciones, asociaciones y otros colectivos culturales y sociales, puedan crear una emisora con facilidad a nivel tecnológico, sin necesidad de trámites de asignación de frecuencias como pasa con la radio analógica” (López, 2010).

Es importante recalcar aquí, que a pesar de los alcances y bondades de la radio On line, como expresión de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), es muy necesario para entender el fenómeno en toda su dimensión, que esta tecnología, sea acompañada de un ejercicio periodístico, no sólo como escuela, sino como estructura, que esté dirigida a reforzar lo educacional y lo cultural en la intención de este tipo de emisoras en su programación habitual.

Lo anterior, si bien es un complemento al ejercicio radial de nuevo tipo, tampoco se puede desconocer, que algo de la radio tradicional ha terminado permeando la nueva forma de hacer radio y esto es, la de introducir formulas periodísticas a un formato que se apoya en la Internet, buscando con ello, que coexistan estructuras o formatos que admitan contenidos, narrativas y lenguajes evidentemente periodísticos, que sirvan para llegar a diferentes públicos, al tiempo que abren otras alternativas de procesamiento, elaboración y difusión de la información.

Esta forma de asumir el reto de transmitir información, mediante una programación educacional, cultural y de entretenimiento, hereda de la radio tradicional, la estructura

periodística, para que haya un soporte de coherencia entre el emisor y el receptor y la emisora en formato On line, no se diluya en su desorganización y en vez de atraer oyentes, haga que una programación desorganizada, migre hacia otras frecuencias, donde sí hay una estructura que respalde toda la parrilla de programación propuesta.

Por este motivo, es que es tan necesario, que todos los contenidos pensados y programados en una emisora On line, requieran del concurso del periodismo formal, para que, desde la red, se pueda ofrecer un servicio orientado a crear una simbiosis de convergencia mediática, entre lo educativo, lo cultural y lo periodístico a partir de la cual, se puedan generar nuevos modelos de comunicación y de actuación, tanto del comunicador como del periodista.

De acuerdo con esto, también es importante hablar de todo aquello, que, siendo exógeno, sirva para entender el ejercicio radial desde lo estrictamente periodístico.

Insumos exógenos para producir Radio On Line

Si bien todo está dicho, en cuanto las exigencias formales para producir radio en formato On line, nada se ha dicho, sobre la importancia de formar al recurso humano, encargado de hacerla posible. Ya que no se trata de tener los equipos, la voluntad y las ganas, sino que se requiere que haya una formación académica o empírica, pero estructurada, que permita imprimirle al ejercicio radiofónico, seriedad, altura y profesionalismo, para poder cautivar una audiencia, igualmente informada y formada académicamente.

En este orden de ideas, es puntualmente recomendable entrar a definir los perfiles de las acciones que deben respaldar las actividades radiofónicas, bajo el formato on line, tales como lo que entraña y compromete el hablar del Periodismo digital.

El periodismo digital: El periodismo digital está directamente relacionado con el desarrollo de las nuevas tecnologías en el ámbito del ejercicio profesional. Este proceso está revolucionando el oficio del periodista y, muy especialmente los soportes y herramientas técnicas de las que este se sirve.

Al ser el periodismo una actividad consistente en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a algo de la actualidad, siendo objetivo y buscando fuentes seguras y verificables para el lector, el periodismo se está transformando en una nueva etapa evolucionada del periodismo tradicional.

La influencia que internet tiene sobre las radios puede ser clasificada esencialmente en dos niveles distintos. un primer nivel que se refiere directamente al oyente y a su utilización de la radio y de las nuevas potencialidades que internet produce y en un segundo nivel que se refiere a la propia redacción de la radio (De Mazzini, 2010, p.17).

La digitalización de la información significa un cambio no sólo tecnológico sino también conceptual, la influencia del internet, lo que dice a las claras que el nuevo periodismo en las redes debe adaptarse a principios fundamentales del Internet como es la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Doccetti, (2012), destaca que: “La hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad son los rasgos que mejor caracteriza a esta joven expresión del periodismo frente a modalidades precedentes”, es decir que el perfil del comunicador se ve afectado en la actualidad por los cambios que el periodismo tradicional sufre ante el periodismo digital” (p.33).

El perfil del comunicador actual debe estar conectado con la hipertextualidad y la multimedia, utilizar las herramientas digitales para la producción de productos audiovisuales acorde a las exigencias de los nuevos consumidores.

Periodismo: tradicional y el On line. A lo largo de la historia, el periodismo es uno de los medios de comunicación que surgió hace siglos, en el cual se difundían noticias por vía oral, por carta o mediante anuncios públicos. Tradicionalmente el periodismo es comprendido como un sinónimo de difusión masiva de información, descripción e interpretación de la realidad, información de actualidad y de interés común evidenciada y difundida socialmente, para mirar al pasado, comprender el presente y vislumbrar el futuro.

“La comunicación social satisface la necesidad humana de saber lo que ocurre gracias a que diariamente analiza los hechos respondiendo a las preguntas esenciales qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué respecto del acontecer social”, (Lee Hunter, 2013, p.69).

El ejercicio periodístico radial On line, desde las Universidades. Si bien la radio universitaria nace con el término de "radio educativa" que fue acuñado en los años 20 simultáneamente con la radio analógica, también es un hecho, que hoy día su misión y su visión sigue siendo impertérritamente educativa y cultural, como lo fueron sus inicios, cuando su propósito fundamental, no fue otro que hacer de las Emisoras Universitarias, una expresión viva de la radio educativa por excelencia, cuya tarea fue la de difundir cursos educativos para beneficio del público. Fue así como el término, "radio pública" cobijó a todas aquellas emisoras de radio no comercial que recibían dinero del estado o de fuentes federales o de la corporación para la difusión pública.

Con el paso del tiempo y de la evolución de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) la mayoría de emisoras de radio universitaria, han ido virando hacia lo digital y mediante el uso de plataformas web, con lo cual han quedado clasificadas como estaciones de radio públicas, no comerciales.

Funcionamiento de la Radio Universitaria. El funcionamiento de la radio universitaria, está caracterizada por algunas normas que le permiten tener ventajas y permanecer con una identidad firme frente a las radios comerciales. La Comisión federal de comunicaciones de los Estados Unidos permite que la radio comercial venda su tiempo al aire. A las emisoras no comerciales, no le es permitido recibir dinero por venta de tiempo al aire.

Generalmente, las emisoras de radio On line institucionales de universidades en Colombia, cuentan con estudios de grabación, para la producción de programas musicales hasta periodísticos, siempre bajo la supervisión del supervisor o director de programación de la emisora. “Todos los estudiantes de la universidad tienen la oportunidad de pertenecer a la emisora, de proponer nuevos programas. Además, las emisoras ofrecen talleres de aprendizaje para radio y a su vez le sirve los estudiantes como laboratorio radial”. (Wilkinson, 1998, p. 15).

Tanto las emisoras universitarias de radio On line, como las independientes hecha por grupos o personas, funcionan con programas de contenido, programas musicales y

magazines. Cada semana los integrantes de la Radio Universitaria preparan sus programas correspondientes para su posterior emisión.

Dicha programación contiene música, invitados, notas, guiones, pautas y un sin fin de información. Los locutores, control y colaboradores, hacen parte del personal que compone este tipo de oferta radial y en la mayoría de los casos, una sola persona lo hace todo, con excepción de las emisoras radiales On line universitarias propiamente dichas, donde un gran equipo institucional todos saben manejar los equipos, todos aportan y aprenden.

En la entraña de las universidades que tienen una emisora de este tipo, los estudiantes tienen la posibilidad de entrar aprender de la radio, producir, diseñar sus propios programas y ellos mismo locutarlos.

Aunque las emisoras universitarias guardan ciertas políticas en cuanto a los formatos y tipos de programas que se manejan, se le da todas las herramientas para la investigación y los medios para producir programas de buena calidad. Los programas que se producen van desde noticieros internos de la universidad hasta el cubrimiento de noticias a nivel nacional.

En el territorio colombiano, la mayoría de radios nacieron como resultado de proyectos de individuos, que luego fueron acogidos por las universidades (Gaviria, 2008). La figura de este tipo de medio, que legalmente pertenece a una categoría denominada

medios de interés público, donde también están las municipales, militares y policíacas, no tienen licencia de publicidad si pertenecen a universidades públicas. En el caso de las emisoras privadas que se calculan son el 18%, tienen una concesión que les permite recibir recursos, pero no todas recurren a esta posibilidad. La mayoría de estas radios emite música clásica y se habla de una audiencia de 100 mil oyentes tan solo en la capital bogotana (Gaviria, 2001).

Su red principal (RRUC) afirma que son 40 las universidades con radios, emitiendo a través de 58 frecuencias. De este grupo, el 94% funciona bajo la supervisión de los departamentos de periodismo o de comunicaciones de cada universidad y poseen personal profesional remunerado y practicantes del área de comunicación social. Sin embargo, quienes son mayoría en estas radios son estudiantes, voluntarios y personal por horas (Zambrano, 2012).

Finalmente, la radio ha superado múltiples desafíos, en los que se destacan desafíos tecnológicos y culturales. El primero de ellos, tal como ya se ha expresado, alude a cómo el impacto social ha generado cambios significativos en el medio online, favoreciendo la generación y producción de contenidos de manera integral entre la oferta realizada y su audiencia. En segundo lugar, cómo ha sido posible involucrar estos cambios, para la generación de experiencias únicas, diferentes e innovadoras, entendiendo la realidad y sus necesidades, cambiando de paso, la percepción de estancamiento que venían sufriendo las comunicaciones antes y después de la aparición de la internet.

De acuerdo con las particularidades que puede presentar cualquier emisora de radio On line en el país, su programación es sin lugar a dudas, su tarjeta de presentación, su impronta de identidad y en definitiva, su principal razón de ser.

De allí la importancia de examinar las diferentes tendencias que, sobre su programación, este tipo de emisoras ejercen hacia su audiencia, con la cual, cada una de ellas o las cautivan o las alejan.

“En el terreno de la comunicación radiofónica, la producción está estrechamente ligada al concepto de programa, en tanto que globalmente entendida, afecta a todo el engranaje que debe ponerse en marcha para la emisión de cualquier espacio, por pequeño que sea” (Barbeito, 2000).

No obstante, es obvio que en función de la envergadura del producto que se pretenda emitir, el formato radial con el que se pueda identificar una emisora On line, tendrá que descansar indudablemente en su proceso de producción, que no es otra cosa que la programación al aire, con la cual la audiencia de estas estaciones radiales será identificada.

Al respecto, Mario Kaplun (1999) en su libro de Producción de Programas de Radio, mantiene el criterio de cómo proyectar un programa de esta índole, tomando en

cuenta la forma o manera de estructurar dichos programas, partiendo del tipo de emisora que se analiza, sea esta universitaria o independiente.

Kaplun (1999) abogó por un tipo de radio que fuera lo suficientemente responsable dinámica y ética, que sin abandonar el foco principal de sus audiencias, fuera variada y buscara por todos los medios, satisfacer las expectativas, como a su modo, lo hacía en sus comienzos la internet con sus escasos cibernautas.

Se recuerda que la internet en su época inicial, fue asimilada como una plataforma inalámbrica que surgía como una simple red de redes, pensada originalmente para que fuera la unión de muchas redes de computadoras.

La característica primordial de esta tecnología, fue la de querer conectar a personas de todo el mundo en tiempo real. A pesar de esto, la dificultad se presentó cuando se quiso explicar de una manera sencilla, lo que significaba para el momento la palabra ciberespacio, con la que ya se visualizaban la comunicación global a partir de un sueño de sus inventores, que aspiraban “a lograr con el influjo de esa red interconectar a las personas al ciberespacio atraídos por la intimidad de la mensajería instantánea” (Op.cit).

Para el efecto, este autor tomando como eje de referencia su línea de pensamiento, avizoró lo que se podría hacer desde esta nueva tecnología, para comunicar al mundo sin necesidad de recurrir a las antenas de aire, como en su presente

lo hacía la radio tradicional. Muchos años después, bajo esta visión se posiciona la radio On line y con ella, los doce formatos de programación, que Kaplun introdujo para este tipo de formato y que hoy son los más socorridos en este tipo de oferta radial

- La tertulia
- El noticiero (formato de noticia)
- Musical temática
- Musical variado
- Musical instrumental sinfónica
- La nota o crónica
- De farándula
- Deportiva
- De bibliografías comentadas
- La radio-consultorio médica y/o jurídica
- De magazín o radio-revista
- Testimonial o documental de hechos científicos o históricos.

Es evidente, que este tipo de formato de programación, no es rígido e inamovible, por cuanto el que actúe como eslabón de convocatoria de audiencia, es con el que se identifique la tendencia de dicha emisora. No quiere decirse con ello, qué porque la emisora x es reconocida por sus amenas tertulias, no programe música, crónicas o noticias. La programación, alma y nervio de una emisora sea On line o comercial, no puede ser estática en las ofertas de programación.

En este sentido, pueden definirse otros matices de la programación retomada de sus patrones originales contenidas en los 12 formatos arriba descritos mediante la descripción de variables de aquellos tales como:

- La charla. Es un discurso generalmente breve no debe accederse de los 5 minutos si quiere seguir captando la atención del escucha no está considerado como un formato ideal para un programa de radio.
- Expositiva. Es una forma sencilla y económica para hacer radio, es la más común.
- Creativa. Este tipo de charla trata de llamar la atención sobre un tema, se busca despertar una inquietud en el oyente.
- Testimonial. Generalmente no lleva libreto aquí alguien habla en primera persona y da testimonio de haber estado presente.
- El noticiero. Más que un programa es un servicio permanente que ofrécelas emisoras a horas determinadas.

Esta última variante de la exposición al aire de diálogos, monólogos o comentarios según el libro de Jimmy García (2006) titulado: "El Mundo de la Radio". Una de las formas de comentar con intención informativa, es el noticiero, por cuanto esta variable, obedece a un hecho determinante y enmarca un espacio definitivo dentro de la programación radial, ya que este como tal, está dedicado única y exclusivamente a dar noticias en forma escueta y concreta. Se puede dividir en secciones para parcelar la noticia de acuerdo a su naturaleza: políticas, sociales, económicas, religiosas, nacionales, internacionales, etc., o se puede mezclar unas con otras, cosa que no es muy

aconsejable porque fácilmente se confunden los oyentes, creando una dispersión mental que les roba la concentración.

Noticia crónica. Es la información amplia de un hecho con una duración de tres a cinco minutos no debe incluir opinión personal.

El comentario. En esta se hace un análisis y opinión del hecho que se presenta, no solo se da información si no que se procura influir en el oyente a favor de una determinada interpretación del hecho.

El dialogo didáctico. Cuando se quiere divulgar en tema sin utilizar la charla expositiva es dinámico y no necesita un despliegue técnico.

El radio – consultorio. Otra variante del dialogo se trata de un programa de preguntas de los oyentes que pueden ser formuladas por teléfonos su verdadera ventaja es que reflejan los intereses de la audiencia.

La entrevista informativa. Se define como un dialogo basado en pregunta y respuesta donde el locutor hace las preguntas y el invitado quien es ajeno al medio responde.

La entrevista indagatoria. La forma de denominar a este tipo de entrevista puede sonar algo agresiva, pero es la que describe totalmente.

El radio-periódico. Este informativo al igual que un periódico escrito desarrolla distintas secciones.

El programa misceláneo – la revista radial. Estos programas tienen secciones muy variadas de contenido ligero. La mesa redonda. Se hace en base a la participación de dos o más invitados para analizar una situación determinada.

El radio reportaje. Es una presentación relativamente completa sobre un tema. La dramatización. Es el más activo de los programas de radio pues narra una historia con la participación de varias personas.

En este y todos los sentidos, podría decirse a ciencia cierta, que la radio sea On line o comercial, se convierte per se, en una caja de resonancia masiva, con la cual sus beneficios no tienen limitante alguna para que la población en general pueda informarse, independientemente de la etnia, religión, condición social y económica que ésta posea. Así mismo, la gran ventaja de la radio sobre otros medios de comunicación, es que esta autopromociona sus audiencias de acuerdo con la oferta de su programación ya que cada una de ellas, son libres de elegir el tipo de radio que deseen consumir.

Marco Contextual

La ciudad de Bucaramanga surgió como núcleo urbano jurídicamente reglado, sólo hasta el ocaso del periodo colonial. El 22 de diciembre de 1622, el presbítero Miguel de Trujillo y el juez poblador, Andrés Páez de Sotomayor, por comisión del oidor, levantaron un acta dando por terminada la iglesia y sacristía del lugar, a la que dieron el nombre de Real de Minas de Bucaramanga, donde luego de celebrar la misa, repartieron los resguardos entre los indígenas de las distintas encomiendas, con límites muy similares a los que actualmente se han fijado en el área metropolitana.

La mala interpretación de este acontecimiento fue la que generó la disputa académica durante décadas sobre el origen fundacional de la ciudad. En términos jurídicos la ciudad nunca fue fundada, se congregó el pueblo de indios en 1622 y en 1778 se erigió como parroquia. Los delegatorios del Oidor Villabona y Zubiaurre no pretendieron fundar una ciudad, sino hacer la reducción de indios que les había sido encomendada, ya que sabían que la fundación de las ciudades coloniales estaba rodeada de requisitos y solemnidades.

A principios del Siglo XX, entre los cuatro centros poblados que conforman actualmente el área Metropolitana, Bucaramanga ejerció el liderazgo y predominio, debido a su rápido desarrollo económico, social y político concentrado en ella. Debido a esto, se convirtió en centro de acopio de las actividades comerciales y productivas de la

región y se consolidó como el epicentro poblacional y urbano; motivado en gran parte por su designación como capital del Departamento de Santander en 1886.

Bucaramanga hoy día, es la 5o ciudad que descolla en importancia a nivel nacional, porque es considerada un emporio de desarrollo a nivel agroindustrial, educativo y cultural. (**Vanguardia Liberal 2019**)



Figura 1. Planeación Alcaldía de Bucaramanga (sf). Fuente: Google Earth

De otra parte, la historia de Bucaramanga se bifurca con la historia de la radiodifusión en la ciudad, porque está signada por una serie de acontecimientos, que marcaron el inicio de la radio comercial. Imposible de ignorar que históricamente, el desarrollo de los medios masivos de comunicación ha determinado decisivamente, el derrotero de las sociedades contemporáneas.

En este sentido, el siglo XX fue aquel en el que las comunicaciones masivas se convirtieron en elemento fundamental de la administración de los estados modernos, al punto que hoy son la condición primaria del funcionamiento del mundo económico y de la seguridad nacional.

El tránsito de los correos de posta hacia la comunicación telegráfica fue un progreso que significó un inmenso ahorro de energía y tiempo, pero desde entonces los desarrollos técnicos fueron vertiginosos y las comunicaciones a larga distancia tardaron menos de un siglo en desarrollar artificios capaces de comunicar en segundos distancias globales. Pero, más allá del simple hecho de enviar mensajes o de hablar con otras personas separadas por largas distancias, el desarrollo de las comunicaciones expresa del desarrollo de procesos económicos singulares de integración mundial y de expansión de todos los mercados de productos y de servicios.

Así las cosas, la radiodifusión bumanguesa tuvo un desarrollo desde lo local, proyectándose a nivel nacional y alcanzando altos niveles de calidad en la programación que emitió y la estructura de la misma. Las emisoras configuraron un lenguaje local propio en cuanto a la idea que de diversión, información y educación transmitieron en su programación.

Las tres emisoras locales - Radio Bucaramanga, Radio Santander y Radio del Comercio - ejercieron una fuerte influencia en la configuración de la regionalidad y la localidad, resaltando sus respectivos valores.

Actualmente, Bucaramanga, se erige como una ciudad en vías sostenidas de progreso y avance en todos sus frentes y el radial, no es la excepción. Y si bien es cierto, que esos primeros inicios radiofónicos, constituyeron para Bucaramanga un hito para su desarrollo local, en cuanto la ciudad pudo intercomunicarse y reconocer su importancia, en los espacios cotidianos de la misma, hoy las condiciones de hecho, no son las mismas, porque el formar una audiencia radial a pesar de las limitaciones tecnológicas del pasado, ha permitido que se forjen franjas de audiencia que se inclinan por la radio online como complemento a la oferta radial comercial.

La Bucaramanga del siglo XXI cimienta su santanderinidad mediante una oferta radial diversa, de la que hoy hacen gala, las nuevas tendencias radiales para las nuevas generaciones.

No hay que olvidar, que la radiodifusión fue el primer medio masivo de comunicación al que tuvieron acceso las masas iletradas de todas las naciones. La prensa, aunque durante mucho tiempo sirvió para la difusión de ideas y noticias entre el pequeño grupo de los alfabetizados, no fue un medio de tan alta difusión como llegó a serlo la radiodifusión, una vez que se sentaron las bases para su audición masiva.

El desarrollo de este medio masivo de comunicación ofreció la posibilidad de extender a todas las personas, sin distinción alguna, cualquier mensaje que pudiera ser

emitido al aire. Al igual que lo haría después el cinematógrafo y hoy en pleno siglo XXI las redes sociales y las emisoras Online.

Queda por demás claro, que la radiodifusión modificó en gran escala las pautas del consumo y del comportamiento cultural. Esta eficacia fue función de su organización en empresas comerciales y estatales de alta rentabilidad.

Marco Legal

En Colombia cualquier persona u organización social o cultural puede fundar una emisora de radio On line. La legislación legal para hacerlo, no requiere de grandes trámites; lo que quiere decir, que tener una radio por internet no tiene por qué ser algo exclusivo de las estaciones de radio tradicionales que transmiten su señal radial a través de las antenas.

El ministerio de las Comunicaciones (MINTIC. (2018). solo se ha preocupado por clasificar este tipo de propuestas, de acuerdo con aquellas de contenidos generales o especializados.

De otra parte, Sayco y Acinpro, también han contribuido con introducir exigencias regulatorias al ejercicio radiofónico mediante este formato.

Son muchas y profusas las leyes, que se han expedido para regular las comunicaciones y el derecho a la información en Colombia, independientemente, del formato de emisión que se utilice, sea este radio, cine o televisión.

A efectos de solo ilustrar las diversas reglamentaciones en materia de la información y las comunicaciones, se registran las siguientes, de acuerdo con la ley 84 de 1873 y la ley 1205 de 2017 del Código Civil Colombiano.

Tabla 1 Leyes Colombianas

LEYES	PROCEDENCIA	OBJETO
Ley 1978 de 2019	Ministerio de las nuevas tecnologías.	"Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones".
Ley 1834 de 2017.	Ministerio de Cultura	"Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja".
Ley 397 de 1997	CONGRESO DE LA REPUBLICA	"Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política; se dictan normas sobre el patrimonio cultural, fomento y estímulos a la cultura; se crea el Ministerio de Cultura y se trasladan algunas dependencias".
Ley 1185 de 2008	Ministerio de cultura	"Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 –Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones".

Fuente: Propia

Constitución Política de Colombia (1991)

Art. 15: Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.

1. Habeas data Constitución

Art. 3º.- Principios de la prestación del servicio. Los fines del servicio se ejecutarán observando los principios de imparcialidad, libertad de expresión, preeminencia del interés público sobre el privado, pluralidad de la información y de la función social de los medios de comunicación.

Art. 15: Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en los bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.

Diseño Metodológico

Paradigma de la investigación

El presente trabajo de investigación, se inclina por el paradigma **analítico-descriptivo** que es aquel que mientras explora, permite conocer la información contextual de una temática en particular, la cual sirve para descubrir nuevas ideas, pensamientos, sentimientos y para tener un entendimiento preliminar de las ideas que motivan el estudio y de las relaciones del investigador con las relaciones sociales y lo misional de lo que se investiga.

El término paradigma, apareció en el panorama de las ciencias sociales, acuñado inicialmente por Shulman (1989) para referirse a las múltiples maneras de pensar utilizadas en algún tipo de investigación, como antesala de una investigación; pero al que se le atribuye el alcance actual del término es a Kuhn (1970) quien lo incluyó reiteradamente en su obra: "Estructura de las revoluciones científicas", donde expresa que "un paradigma es un compromiso implícito, no formulado, ni difundido ampliamente entre un determinado marco conceptual", con lo cual se logran avances demostrables en una investigación, independientemente de la naturaleza de la misma.

Enfoque de la investigación

Como producto del anterior paradigma, esta investigación, está apoyada en el enfoque **mixto**, en lo que se conoce como mixto, porque es el enfoque más apropiado, cuando se requiere recabar información que apunte hacia descripciones más rigurosas sobre los fenómenos que se estudian. En este sentido, es especialmente útil para investigadores que busquen saber el quién, el qué y en dónde ocurren los eventos, objetos de su interés investigativo y, sobre todo, cuántos y en qué porcentaje estadístico se calibra la información recabada. (J., 2003).

En este sentido, las características básicas de los enfoques mixtos, se pueden resumir en que son investigaciones centradas en los sujetos, que adoptan la perspectiva del interior del fenómeno a estudiar de manera integral o completa, con lo cual, es posible dimensionar de manera tangible el nivel de la investigación que se inicia como solo evocar el tema. (Tamayo y T., 2004).

Mediante el anterior tipo de enfoque, el proceso de indagación es inductivo, donde el investigador interactúa con los participantes y con los datos, buscando respuestas a preguntas que se centran en la experiencia social, cómo se crea y cómo da significado a la vida humana, desde el ejercicio participativo de enfrentarse a una estación de radio On line.

Método de la investigación

El método que utilizará es el **analítico descriptivo** es un modelo de estudio científico basado en la experimentación directa y la lógica empírica. Este método analiza el fenómeno que estudia, es decir, lo descompone en sus elementos básicos.

El método se le atribuye a Max Weber (1907) “donde aporta a la descripción, la combinación de metodologías de larga tradición, la explicación (Erklären) y la comprensión (Verstehen). A Weber le preocupaba el estatuto de la sociología como ciencia a partir de dos exigencias metodológicas: el rigor del método de científico – natural y el de las ciencias histórico culturales”. (Gómez Heras, 2001).

Universo y muestra representativa

El universo está constituido por las 26 emisoras que hacen parte del espectro radial Online de Bucaramanga y su zona metropolitana, Cada una de estas emisoras, cumplen desde sus enfoques misionales, las tendencias radiales, seleccionadas por sus fundadores, propietarios y/o directores o productores.

De acuerdo con esto, el universo dentro de una investigación, entraña el concepto de población, por cuanto esta se refiere al conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o se hacen estudios.

Como antítesis la muestra es una parte o subconjunto de elementos que se seleccionan previamente de una población numerosa para realizar un estudio, es decir, el universo de elementos que se van a estudiar.

De acuerdo con lo anterior, Bizquerra (2007) afirma que: “la integración del grupo de sujetos o participantes de un estudio, con características particulares fácilmente distinguibles dentro del todo elegido, es lo que le permitirá a un investigador hablar de muestra, dado que esta porción del conjunto, es lo que permitirá responder a los objetivos planteados en la investigación”.

Tanto la población como la muestra, es la parte fundamental de todo protocolo de investigación, porque cuando se logra una apropiada selección, no solo se podrá

disponer de resultados confiables, sino que es posible que dichos resultados puedan ser extrapolados a otras poblaciones similares”.

Para el caso de la presente investigación, la misma no hace uso práctico de la muestra, dado el tamaño de la población, que no amerita abstraer una muestra como lo señala el teórico consultado.

De acuerdo con esta particularidad, la investigación asumió como universo totalizante la suma total de las 26 emisoras modalidad Online independiente, universitarias y publica en Bucaramanga y su zona metropolitana.

El análisis del universo poblacional relacionado con la totalidad de emisoras Online de Bucaramanga, partió como queda dicho, de todas las incidencias y experiencias extraídas de las ofertas radiales Online que ofrece la zona metropolitana de Bucaramanga, tanto desde su ángulo técnico como desde la programación ofrecida.

Técnicas e Instrumentos

Esta investigación recoge y aplica diferentes técnicas atinentes a las maneras de recolección de la información. Para el efecto, el investigador utilizó la *encuesta mediante la escala de Likert, la entrevista, el diálogo de saberes y el trabajo de campo* buscando determinar las frecuencias particulares de cada emisora contactada, de acuerdo con sus rasgos y las características propias de cada una de ellas, las cuales al ser analizadas hacen del proceso, un estudio sectorialmente particular.

En este sentido, el investigador es consciente, qué al recabar datos bajo esos parámetros, fue lo que le permitió crear parámetros, mediante los cuales podría llegar a la médula del problema condensados en sus objetivos, tanto el general como los específicos.

Es evidente que el enfoque mixto con el cual fueron tratados los datos recogidos, fueron el insumo perfecto para analizar sin cortapisas el alcance medible del objeto de la presente investigación, al tener al investigador como sujeto omnímodo para analizar el mundo que lo rodea.

Encuesta

Instrumentos de recolección de datos

Esta investigación optó en inclinarse por la aplicación de los siguientes instrumentos:

Tabla 2. Instrumentos de Recolección de Datos

OBJETIVO	TECNICA E INSTRUMENTO	PRODUCTO
Conocer las dinámicas de la Radio Online o Ciberradio independiente, universitaria y públicas, con respecto a la incidencia en lo Educomunicacional y Cultural entre los años 2020 y 2021 en la ciudad de Bucaramanga,	Trabajo de Campo: Se visitó a la Radio Luis Carlos Galán Sarmiento de la Biblioteca Pública Gabriel Turbay; Folklor Radio; Radio Santander; Portal FM; Radio USTA 96.2 FM /Online; UDI online; UPB Online; La Cultural 100.7 FM / Online, todas ubicadas en Bucaramanga, Santander, con el fin de observar de cerca a quienes efectúan la programación radiofónica y cómo se planifican los diversos programas para sus diversas parrillas de programación con lo cual se podría aventurar una clasificación de su labor radiofónica.	Con la visita a estas emisoras emblemáticas de la radiodifusión Online en Bucaramanga, se conoció la coherencia que existe entre su visión y su misión de servicio desde esta plataforma virtual de las comunicaciones. El trabajo de campo aplicado al análisis sobre la manera cómo estas estaciones radiales educativas y comunicacionales, establecen un vínculo con la audiencia joven universitaria que las sintonizan, permitió hacer una caracterización de su parrilla de programación.
Identificar el alcance que tiene este tipo de oferta radial Online en la preferencia de las audiencias jóvenes de la ciudad, en cuanto a la influencia que ejercen en ella, directivos, propietarios productores y/o locutores de la Radio Online relacionado con lo educativo y cultural de la programación ofrecida.	Aplicación de encuestas: Para identificar las características generales de conocimientos, opiniones y prácticas de los comunicadores profesionales y empíricos adscritos a estas prácticas radiales e informadores, se aplicaron 40 encuestas, mediante escala de Likert con un margen de error del 5%. que se analizaron a la luz del método cualitativo.	Con la aplicación de las encuestas diseñadas para el presente estudio, se lograron consolidar los criterios de la masiva audiencia que tienen las emisoras Online en la ciudad de Bucaramanga y su zona metropolitana, con lo cual se pudo medir el impacto y el alcance de su oferta de programación, respecto a la oferta de la radio comercial. Se nota la influencia de este tipo de formato, en lo educativo y cultural de la ciudad.
Determinar la importancia que tiene un espacio radial Online para una audiencia joven, estudiantil y universitaria de Bucaramanga.	De acuerdo con los análisis que pudieran arrojar las encuestas, la investigación estaría en capacidad de calificar, el nivel de importancia que tiene la radiodifusión Online en Bucaramanga.	Con base en la conceptualización que logró medir su grado de aceptación entre los jóvenes a quienes se les aplicó el instrumento, la investigación pudo medir su

Evaluar los contenidos de la parrilla de programación de las emisoras online, con el fin de medir el rango de importancia que esta le otorgan a lo educativo y cultural en ellas.

Dialogo de saberes. En esta etapa se busca confrontar con las emisoras Online seleccionadas, cada uno de los ítems, expuestos como técnica, con lo que se espera analizar los diferentes aspectos, que facilitan los instrumentos empleados, con lo cual, se espera codificar los resultados desde el enfoque mixto de la presente investigación (ver anexo A)

importancia de la radio on line frente a la oferta comercial.

El disponer de las parrillas de programación de las emisoras Online de Bucaramanga y su zona metropolitana, permitió evaluar y comparar la dimensión de la audiencia que cautivan con ella y determinar su nivel de influencia en el medio educativo y cultural

Fuente: Autor

Instrumentos aplicados. (ver anexos)

Resultados

Análisis de los instrumentos

La Encuesta, según la escala de Likert

Ninguno de los Productores/Directores consultados mediante la presente encuesta niega el influjo de la educación en sus programaciones, aunque aceptan que desde estos formatos digitales se requiere y necesita, dar respuesta a los desafíos que surgen: las nuevas formas de conocer; la creciente complejidad social, caracterizada por la contradicción y la incertidumbre; la globalización y la cultura mediática con las que debe compartir su espacio tradicional.

En este sentido, la investigación tiene que aceptar que realmente hay un vacío entre lo que piensan los emisores: directivos, propietarios, productores y/o locutores de la Radio Online y entre el diagnóstico hecho a la problemática de la investigación como tal; porque visto desde esta manera, ciertamente esta respondería con señalar si el formato radial, cumple a cabalidad con su papel de orientador de la opinión y formador de juventudes desde la perspectiva de quienes emiten la frecuencia y nada más.

Es a partir de este cuestionamiento, la escala de Likert que es un método de investigación de campo que permite medir la opinión de un individuo sobre un tema a través de un cuestionario o encuesta que identifica el grado de acuerdo o desacuerdo con cada pregunta de las formuladas. (Simón, 2007).

Para el caso concreto de la presente investigación, dicha escala contribuye con la apreciación general que tienen los encuestados en torno al papel educacional y cultural que debería cumplir la radio Online. A través de esta herramienta metodológica se sugiere de manera taxativa que se entre a revisar este horizonte misional, con el fin de evaluar el papel que colateralmente cumplen periodistas locutores, directivos y programadores, a efectos de que se refuerce en ellos, mediante cursos, seminarios y congresos, la responsabilidad que tienen estos actores frente a su papel de orientadores de la opinión y el discernimiento de los acontecimientos sociales que acompañan la tarea de educar a través de la radio.

La integración de los medios como parte del proceso de enseñanza–aprendizaje y el análisis conjunto de las cuestiones que tienen que ver con la formación de los ciudadanos, pueden ser la vía de superación de estériles y obsoletos desencuentros, donde lo comercial opaque lo cultural y lo educativo como esencia de los aprendizajes para la vida, termine siendo subvalorado.

Resultados de la encuesta mediante escala de Likert

A partir de las respuestas dadas en la encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados:

1.- Ante la pregunta: ¿Cree que las dinámicas empleadas por la Radio Online en Bucaramanga desde 2020 a la fecha, responden a una intención educativa y cultural?

Tabla 3. Resultados pregunta 1

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	14	45%
b.- En desacuerdo	6	20%
c.- Desacuerdo Total	3	20%
d.- Indeciso	3	15%
Total	26	100%

Fuente: Autor

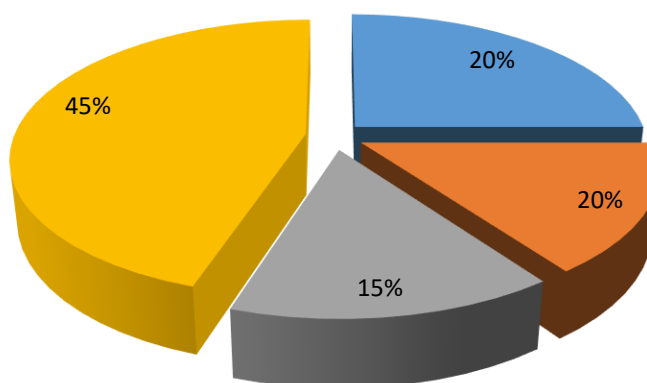


Figura 2. Análisis grafico pregunta 1. Fuente: Autor

El 45% de los encuestados estuvieron de acuerdo con ese concepto. Lo que determina, que no todos los operadores consultados tienen clara su misión y visión como operadores de este formato radial. Un 20% se manifestaron de desacuerdo, ante otro 20% que fue más radical y se manifestó en total desacuerdo, mientras un 15% no se manifestó en un ningún sentido.

2.- Frente a la pregunta: **¿Está de acuerdo, con que el influjo de la Radio Online independiente, universitaria y publica en Bucaramanga ha cumplido con su misión de ser una alternativa y una guía orientadora para la comunidad?**

Tabla 4. Resultados pregunta 2

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	3	5%
b.- En desacuerdo	6	9%
c.- Desacuerdo Total	16	70%
d.- Indeciso	1	1%
Total	26	100%

Fuente: Autor

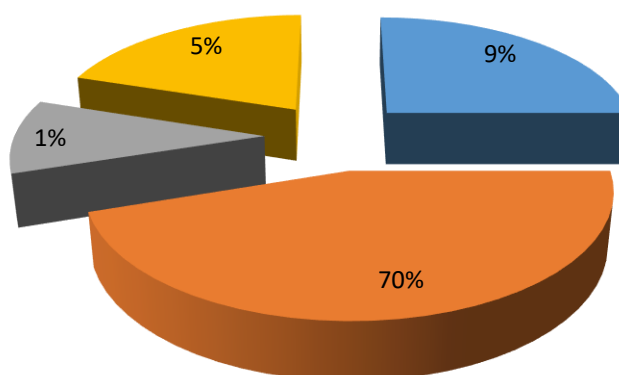


Figura 3. Análisis gráfico pregunta 2. Fuente: Autor

El 70% de los encuestados, no se sienten plenos con responder asertivamente esta pregunta, porque creen que aún, no hay una audiencia masificada en torno a la radio online en la ciudad, como para sentirse seguros de si son o no, una influencia positiva para sus audiencias. Tal porcentaje contrasta abiertamente con un 9% que se

declara solo en desacuerdo, mientras tan solo el 5% se muestran en acuerdo, frente a un 1% que no se deciden por ninguna respuesta.

3.- En relación con la pregunta: ¿Considera Ud. como productor/director de Radio Online, que la oferta de su parrilla de programación, consulta las necesidades educativas y culturales de su audiencia?

Tabla 5. Resultados pregunta 3

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	4	14%
b.- En desacuerdo	7	25%
c.- Desacuerdo Total	14	60%
d.- Indeciso	1	1%
Total	26	100%

Fuente: Autor

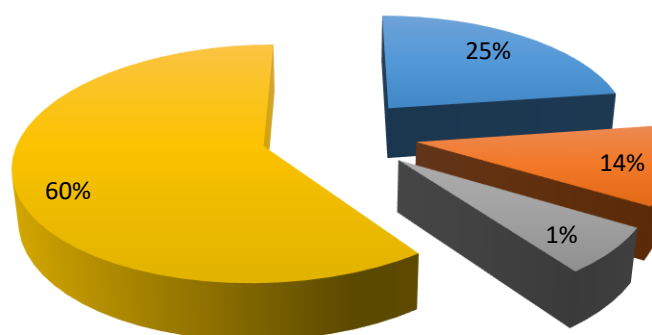


Figura 4. Análisis gráfico pregunta 3. Fuente: Autor

Los encuestados relativamente coinciden en un 60% que aún no hay condiciones para poder evaluar desde la dinámica de la programación ofrecida, el consumo utilitarista

de la programación emitida. En acuerdo, se manifiesta un 14%, mientras un 25% se ratifican en estar en desacuerdo, en tanto un 1% se muestran indecisos para dar alguna respuesta.

4.- En función de la pregunta: ¿Se ha sentido tentado como productor/director de Radio Online, salirse del esquema que se espera de este formato y buscar comercializar algunas franjas de su programación?

Tabla 6. Resultados pregunta 4

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	2	10%
b.- En desacuerdo	6	35%
c.- Desacuerdo Total	13	40%
d.- Indeciso	4	15%
Total	26	100%

Fuente: Autor

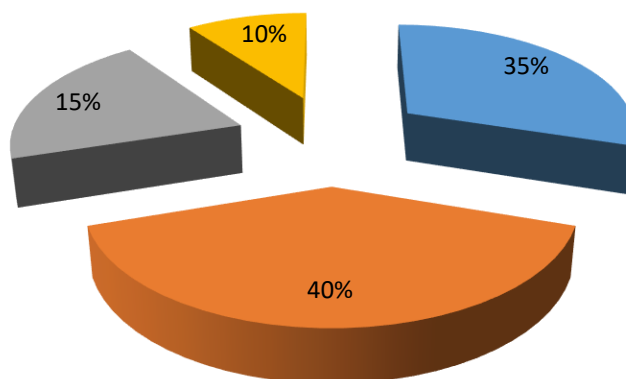


Figura 5. Análisis gráfico pregunta 4. Fuente: Autor

De los encuestados, un 40% se declaró en desacuerdo total frente a la pregunta, entre las cuales tan solo el 10% de los consultados, dijeron haber estado tentados a

comercializar su franja radial, aduciendo una especie de contraprestación por el tiempo dedicado a esta labor, lo que contrastó con un 35% que se ratificó en no estar de acuerdo, frente a un amplio 15% de indecisos a ofrecer una respuesta.

5.- Atinente a la pregunta: ***¿Estaría Ud. en total acuerdo, de que el MINTIC diera algunas licencias que permitieran comercializar espacios de su programación?***

Tabla 7. Resultados pregunta 5

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	2	10%
b.- En desacuerdo	8	20%
c.- Desacuerdo Total	13	55%
d.- Indeciso	3	15%
Total	26	100%

Fuente: Autor

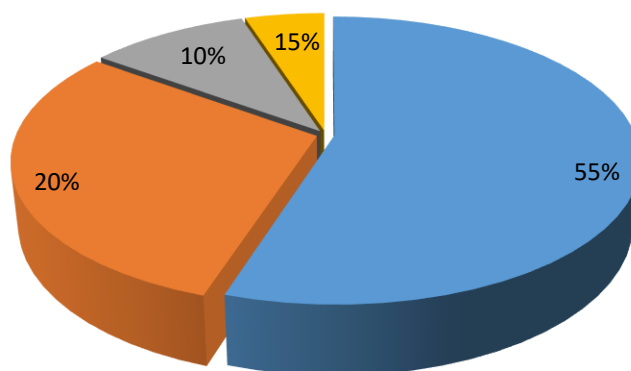


Figura 6. Análisis gráfico pregunta 5. Fuente: Autor

El mismo 10% de la anterior pregunta, se sostuvo en intención positiva en relación con el espíritu de la que ahora se hace, porque eso en su decir, despejaría el panorama

de maniobra en este tipo de formato, respuesta mínima frente al 55% que se ratifica en estar totalmente en desacuerdo, acompañado por un 30% que simplemente no están de acuerdo, mientras sigue el 15% de indecisos.

6.- ¿Estaría de acuerdo con que el MINTIC reglamentara su libertad de autodeterminar la parrilla de programación que su emisora le ofrece a su audiencia?

Tabla 8. Resultados pregunta 6

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	14	45%
b.- En desacuerdo	6	25%
c.- Desacuerdo Total	3	15%
d.- Indeciso	3	15%
Total	26	100%

Fuente: Autor

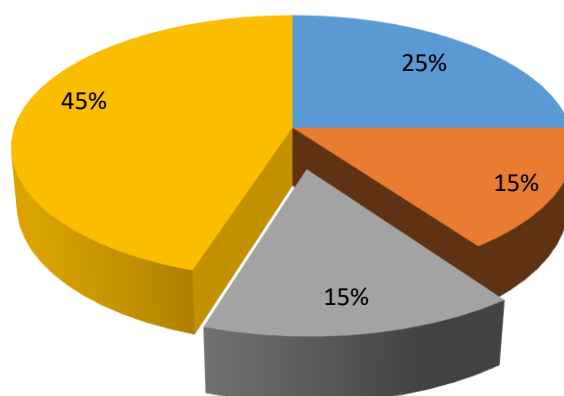


Figura 7. Análisis gráfico pregunta 6. Fuente: Autor

Esta pregunta cohesionó el criterio de los encuestados alrededor del 45% que estuvieron de acuerdo con el que fuera el Mintic el ente que reglamentara la libertad de expresión, a efectos de no caer en el caos y el libertinaje para proponer una programación a tono con los propósitos culturales y educativos que deberían animar este tipo de práctica radial. Este porcentaje va en contravía del 25% que se mostró en total desacuerdo, acompañado de un 15% que lo hizo para estar en desacuerdo, lo que se contrasta con un 15% que siguen indecisos frente a la pregunta.

7.- ¿Cree que este tipo de formato radial, cumple a cabalidad con su papel de orientador de la opinión y formador de juventudes, mediante una programación diseñada para una audiencia culta?

Tabla 9. Resultados pregunta 7

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	4	7%
b.- En desacuerdo	6	10%
c.- Desacuerdo Total	14	80%
d.- Indeciso	2	3%
Total	26	100%

Fuente: Autor

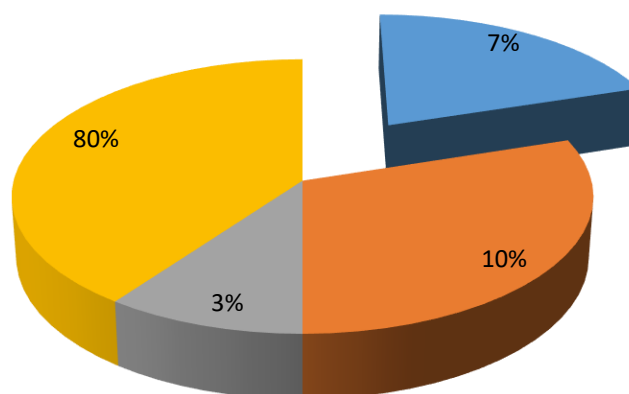


Figura 8. Análisis gráfico pregunta 7. Fuente: Autor

Un 80% de los encuestados creen que la programación radial online, no cumple con su misión y visión de culturizar y educar por más que se instituya una programación variada, respecto al impacto que su programación causa en sus audiencias. Frente a la pregunta, tan solo un 7% sí está de acuerdo, mientras un 10% se ratifica en el criterio de no estar de acuerdo, entre tanto, un 3% se muestra indeciso.

8.- Sobre la pregunta: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo, que exista competencia entre las emisoras On Line de la ciudad, a sabiendas de que una audiencia se cautiva es con programación y no con estrategias comerciales?

Tabla 10. Resultados pregunta 8

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	10	55%
b.- En desacuerdo	7	25%
c.- Desacuerdo Total	6	17%
d.- Indeciso	3	3%
Total	26	100%

Fuente: Autor

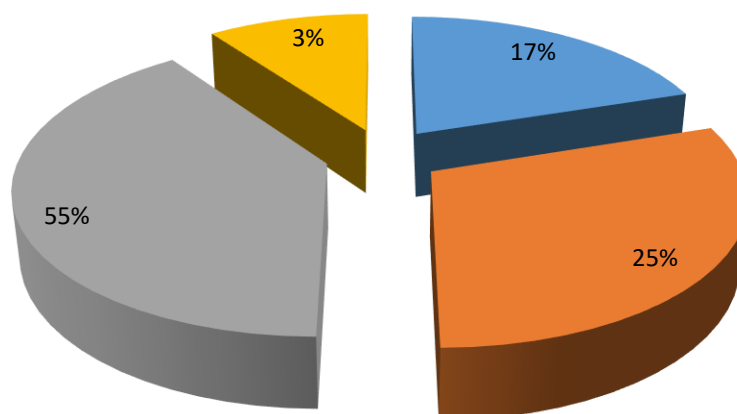


Figura 9. Análisis grafico pregunta 8. Fuente: Autor

El 55% de los encuestados estuvo de acuerdo con que haya competencia entre las emisoras online de la ciudad, por cuanto, la sola idea fortalece la calidad de la misión educativa y cultural que inspira sus operaciones. Un 25% se manifestó en desacuerdo total, acompañado de un 17% que solo están en desacuerdo, mientras un 3% sigue indeciso para opinar.

9.- En lo relacionado con la pregunta: ¿Estaría de acuerdo que existieran en Colombia, requisitos más estrictos para acceder a una franja radial Online, para

evitar operadores/directores que no tengan como misión y visión, contribuir con lo educacional y cultural a través de su emisora?

Tabla 11. Resultados pregunta 9

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	14	45%
b.- En desacuerdo	6	20%
c.- Desacuerdo Total	3	20%
d.- Indeciso	3	15%
Total	26	100%

Fuente: Autor

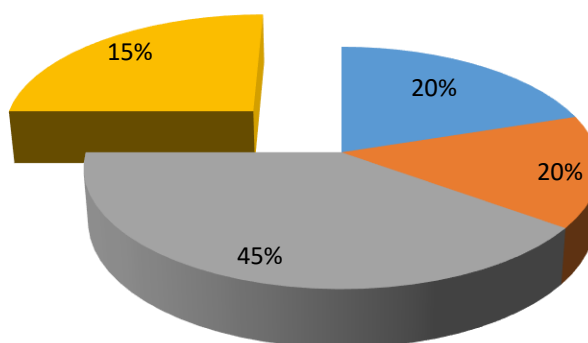


Figura 10. Análisis gráfico pregunta 9. Fuente: Autor

En esta gráfica el 45% estuvo de acuerdo, con que las reglamentaciones del gobierno, fueran más estrictas, pero sin ir a constreñir la libertad de apertura de este tipo de formato radial, si con ellas, se mantiene la idea de que estuvieran igualmente en un 100% dirigidas a estimular lo educativo y cultural de sus zonas de influencia. Un 20% se mostró en desacuerdo total y también un 20% lo hizo para estar simplemente en desacuerdo, mientras un 15% se declaró indeciso.

10.- Ante la pregunta: ¿Considera posible una unión de los operadores/ directores de las emisoras Online de la ciudad, para qué de común acuerdo, generen una parrilla de programación concertada a fin de no ofrecer todos lo mismo?

Tabla 12. Resultados pregunta 10

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a.- De acuerdo	14	60%
b.- En desacuerdo	6	20%
c.- Desacuerdo Total	3	10%
d.- Indeciso	3	10%
Total	26	100%

Fuente: Autor

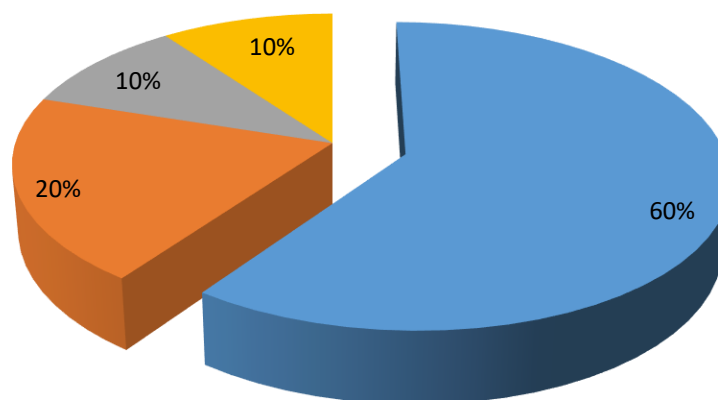


Figura 11. Análisis grafico pregunta 10. Fuente: Autor

En esta gráfica, el 60% de los encuestados, estuvieron de acuerdo que hubiese una cofradía de voluntades cerrada, que diera como fruto, la unión de iniciativas que

permitieran una diversificación de la programación ofrecida, con la que ganaran los oyentes y se tipificaran los géneros ofrecidos desde las diferentes estaciones radiales online en la ciudad. Con esto ganaría la educación y la cultura, dado que cada quién, de acuerdo con sus gustos preferenciales, sintonizarían la emisora que llene sus expectativas en cuanto a la programación ofrecida. Un 20% se declaró en total desacuerdo, frente a un 10% que estuvo en desacuerdo, mientras un 10% de los encuestados se mostró indeciso.

La Entrevista.

Si bien una entrevista, es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; esta se define como una conversación que se propone con un fin determinado, distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. (Pérez, F. (2005).

Desde el punto de vista de su formato, esta entrevista se estructura mediante doce (12) preguntas abiertas buscando unificar criterios entre 5 experimentadas personas de radio.

Sus respuestas por demás disímiles, le permiten a la investigación entender cómo para algunos de ellos, no existe una relación de obligación de crear espacios educativos y culturales.

Qué hacer Radio Online, para algunos fuera del formato y la ausencia de lucro, lo único que preocupa a sus productores y programadores es divertir y crear una franja de relajamiento para los acontecimientos del día a día.

Que no existen responsabilidades de ninguna otra índole para algunos, para otros si la existe, lo que no quiere decir que no se trabaje en esa dirección hacia el futuro cercano.

De acuerdo con lo anterior, el concepto general sobre la entrevista, se remata con base en el criterio de Sampieri quien afirma que “la entrevista hace parte de la metodología de la investigación cualitativa donde se plantea cómo descubrir o plantear preguntas que ayuden a reconstruir la realidad tal como la observan los sujetos de un sistema social definido” (Sampieri y Cols, 2003).

En este sentido, la entrevista, no pretende probar hipótesis ni medir efectos, el objetivo fundamental es describir lo que ocurre en el derredor, entender los fenómenos sociales, por eso es común que las hipótesis surjan en el mismo transcurso de la investigación. El contexto cultural es muy importante, por ello se investiga en los lugares donde las personas realizan sus actividades cotidianas.

Formato de la Entrevista

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA
PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.
INTRODUCCIÓN
<p>La radio es el medio de difusión más personal para el oyente. La importancia de la radio como medio de comunicación, está centrada en lo que la radio representa en su propia naturaleza. Este medio de difusión tiene un alcance mayor que cualquier otro medio, puesto que llega a todas las clases sociales.</p> <p>En este sentido, la radio ha sido un medio de comunicación superviviente a lo largo de la historia y en la actualidad, está dando prueba de ello. Hablamos de la radio, que, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías y el entorno online, vive un segundo aire, ya que cada vez, son más los oyentes por internet. La comodidad de escucharla en cualquier sitio y a la hora que se quiera, junto con la variedad de contenidos, son las razones por las que los oyentes eligen escuchar la radio de forma online.</p> <p>En este conversatorio, tipo entrevista, mediante preguntas semiestructuradas, se ventilarán temas, que tocan de cerca la creciente importancia de transmitir online a través de radio por streaming, que es un fenómeno que no responde a una única causa, sino a múltiples factores que no siempre se conocen en detalle.</p>

En cualquier caso, desde el descubrimiento de las ondas electromagnéticas durante el siglo XIX a los podcasts del siglo XXI, la radiofonía siempre ha provocado una irresistible atracción en los oyentes.

Gracias a los dispositivos tecnológicos y el acceso al ciberespacio, actualmente este medio de comunicación se encuentra completamente renovado y ya transita lo que, para muchos especialistas, constituye el inicio de una nueva edad de oro de la radio.

PREGUNTAS

1. ¿Qué ha significado para Uds. la Radio Online?
2. ¿Qué tanto ha incidido la ciberradio en la cultura educacional de los jóvenes consumidores de la radio online?
3. ¿Creen que la radio Online cumple con su misión educacional y cultural que se supone ella debe tener?
4. ¿Es importante para Uds. mantener una parrilla de programación eminentemente cultural o coquetean con los magazines y las noticias?
5. ¿Siendo la Radio Online dinámica por naturaleza, por qué no ha sido capaz de generar aprendizajes desde lo estrictamente educacional?
6. ¿Qué diferencias hay entre la radio convencional y la Radio digital u Online?
7. ¿Qué se requiere para hacer radio, que le sirva tangiblemente a la sociedad?
8. ¿Hay programaciones en radio online, que pudieran sentirse como radios dictatoriales?
9. ¿Existe un interés social en los productores de radio online, de crear estructuras educomunicacionales, que abonen el sendero para las nuevas experiencias radiales digitales?
10. ¿Qué tipo de responsabilidad le cabe a una estación radial online, en relación con la realidad social del país?
11. ¿Por qué las Facultades de Comunicación Social, no forman en marketing digital?
12. ¿Según Uds. por qué creen que el Mintic no ha regulado de manera concreta, la presencia institucional de las Radios Online?

Análisis de las Entrevistas

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA	
PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.	
Fecha de entrevista:	Julio14 / 2021
Radio Online:	Folklore Radio
Entrevistado:	Martin Parra
Cargo:	Productor
N°	ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS

1	Bien dice el refrán, que entre gustos no hay disgustos y qué para Martin Parra, hacer radio Online, es lo mejor. Esto hace pensar, que la complacencia con la que cumple su labor, es la respuesta de su éxito.
2	El hecho, de qué para Martin, la radio Online no tenga connotaciones educativas y culturales, no quiere decir, que no las tenga. La investigación cree que esto es más de enfoque y compromiso que de otra índole.
3	En el entrevistado insiste, en que la radio solo es un vehículo de divertimento, porque estima que las universidades están para educar y la radio para divertir, lo cual, a juicio de la investigación, no es una afirmación acertada
4	El entrevistado en su concepto de negarle a la radio Online un papel educativo y cultural, qué en su decir, esta no tiene, manda a los que así piensan a que compren o hagan radio comercial, donde este aspecto tampoco se destaca.
5	En esta pregunta, Martin Parra corrobora que no hay nada que lo haga cambiar de opinión. Lo que le queda claro a la investigación, es que por “mucha” experiencia que un operador de radio, tenga en su oficio, siempre deberá estar abierto a otras miradas y perspectivas de aquel.
6	Según el criterio de Martin Parra, ya expresado reiterativamente durante la entrevista, la radio Online está para divertir y la radio tradicional está para informar. La investigación cree, que ambas pueden hacer y cumplir el papel de educar, divertir e interpretar lo cultural, como valor agregado a su rol social.
7	Para Martin Parra, hacer radio no requiere preparación académica de ninguna naturaleza, sólo ganas y tener el equipo adecuado. La investigación de nuevo, contraviene esa acepción. La más mínima actividad humana necesita de una preparación, empírica o académica y la radio, independiente de su formato, es una actividad social que se debe a sus oyentes.
8	Para Martin Parra, la palabra dictadura radial, es un despropósito, porque según él, cada quien es libre de programar y/o escuchar lo que le plazca. Lo que a la investigación le causa curiosidad, es que, con esta afirmación, Martín niegue el poder de penetración que tiene la radio en la masa de oyentes que la sintonizan en los diferentes formatos disponibles.
9	Martin se reafirma en que nadie funda una emisora online, con la idea de hacer educación y cultura, pero ignora, qué por el simple hecho, de programar, ya está tratando de educar al imponer su programación, que surge de su gusto personal o preparación académica.
10	Según Martín, no le cabe ninguna responsabilidad al hecho de hacer radio en Colombia. La responsabilidad de acuerdo con su pensamiento, está en las acciones y no en las propuestas y la radio online, es solo una propuesta, que tomas o dejas. No es del todo cierta para la investigación, tal afirmación.
11	El entrevistado se lamenta de que ninguna Universidad o facultad de Comunicación social instruya sobre marketing y así no sean comerciales las estaciones, es una asignatura que se hace necesaria en cualquier profesión u oficio
12	Martín justifica que el Mintic no haya regulado las frecuencias de radio Online, porque las considera extensiones de las redes sociales, pero eso al pensar de la investigación, no algo tan simple, ya que toda actividad necesita ser regulada.
CONCLUSIÓN HOLÍSTICA	
	A la investigación le queda claro que el entrevistado no quiere saber nada de responsabilidades sobre la radio Online, pues él defiende acérrimamente que la única misión que tiene este tipo de formato radial es la de divertir y que la música emitida desde sus parrillas de programación, es la única tarea que la puede diferenciar de la radio comercial. Para él, no hay radio online, ni educativa ni cultural.

**ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO
ONLINE DE BUCARAMANGA**

PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.	
Fecha de entrevista:	Julio 14/ 2021
Radio Online:	Radio Santander
Entrevistado:	Elbert Suárez
Cargo:	Productor-Periodista
N°	ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS
1	Para Elbert, la Radio Online, ha significado una revolución tecnológica sin precedentes, eso lo hace pensar, que es el mejor medio para difundir improntas de todo tipo y en donde obviamente cabe lo cultural y lo educativo.
2	El hecho de que Elbert, clasifique la audiencia en centenials y milenials, hace pensar que está sintonizado con las nuevas generaciones y por lo tanto la radio que hace desde el formato Online, está diseñado para estas, con lo cual, se siente un compromiso cultural con ellas.
3	Lo curioso de las anteriores respuestas, es que el entrevistado, a pesar de que habla de tecnología y de nuevas generaciones no cree al igual que Parra, en que la misión de la radio Online, sea la de expresa y conscientemente, educar. Lo que, para la investigación, es una notable contradicción.
4	Al hacérsele caer en cuenta de la contradicción, él en esta respuesta se reafirma en el concepto que no hay que hacer programaciones expresas para educar, lo que él cree, es que cada quien se educa, con lo que toma del ciberespacio. Como quien dice “que le caiga el guante a quien se lo plante”
5	La explicación que Elbert da, es que la radio Online no genera aprendizajes explícitos, sino aprendizajes subliminales que se originan en la dinámica de la programación ofrecida.
6	El entrevistado se lamenta que la radio comercial, si bien tiene la motivación operativa en el dinero, también lo debería ser para la Radio Online, qué por ser organizaciones sin ánimo de lucro, les está prohibido deducir ganancias por pauta emitida. Él está convencido que de ser posible pautar, otro “gallo cantaría” para las emisoras Online.
7	Elbert igualmente está convencido que, por su capacidad de masificación, la radio, como lo fue en el pasado, podría convertirse en una escuela radiofónica, para educar sin escrúpulos económicos y esa medida sería la redención para tantos emprendimientos que inundan el ciberespacio. Lo que se deduce de sus palabras, es que educar gratis, no es la tarea de ninguna actividad.
8	Elbert no está de acuerdo en aceptar el termino de dictadura radial, porque desde un simple dispositivo o micrófono abierto al ciberespacio, a nadie se puede obligar a sintonizar una determinada frecuencia. Es una pregunta que, según él, no tiene sentido
9	Esta respuesta se sincroniza con la ofrecida por Martín Parra, porque ambos coinciden en que ningún productor o programador, diseña sus programas pensando en que va a educar con ello. La investigación, sigue sin entender esta postura, que niega en la práctica lo que admite la teoría.
10	Hablar de la responsabilidad en radio online, es como hacerse responsable de los desastres naturales, pues un formato radial, no tiene ninguna, porque cada quien hace y usa su libre albedrío, como a bien tenga.
11	La educación formal o informal, es una responsabilidad de los entes diseñados para ofrecerla. Como no hay dinero de por medio en la educación que se pudiera emitir por la radio digital, a nadie la interesa. De allí que ese sea el argumento del entrevistado para negar el papel educativo y cultural de la radio Online.
12	Elbert tiene claro, que el dinero es lo que “mueve al mundo”. El gobierno nacional no les ha prestado mérito regulatorio a las operaciones de la radio online, porque en su decir, no genera utilidades.
CONCLUSIÓN HOLÍSTICA	
A pesar que tanto Martín como Elbert dejaron en claro, que la actividad radial Online es un mero divertimento para llenar vacíos de soledad o de gustos de los oyentes, dejan entrever,	

que sí, la actividad pudiera ser comercializada mediante la pauta de la que sí gozan las radios comerciales, otro horizonte y este sí educativo y cultural, podrían acompañar a este ejercicio radial, por ahora ejercicio sin ánimo de lucro.
--

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA	
PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.	
Fecha de entrevista:	Julio14/2021
Radio Online:	Blu Radio
Entrevistado:	Camilo Andrés Poveda
Cargo:	Periodista-Locutor
ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS	
1	Al hacer claridad de entrada, de que él, no hace radio Online, sino radio tradicional, deja saber, que el enfoque de la entrevista va ser de otro talante, como así fue.
2	El considera que la radio digital, está despreciando el interés de los jóvenes por este tipo de formato, y ve con tristeza, que no se capitalice su éxito para reeducarlos, porque él si cree en esa facultad.
3	Camilo Andrés, a pesar de lo expresado, sí cree que no existe en la radio online una intención abiertamente Educomunicacional, pero se lamenta de eso.
4	Él admite que en Blu Radio por ser una emisora netamente comercial, no hay franja que inviten o convoque al aprendizaje. Él piensa, que esa es una misión de la radio comunitaria.
5	Su respuesta, en su decir, está circunscrita a lo dicho en la anterior
6	Sin dinero no habría radio comercial, sus audiencias a diferencia de las Online, se cautivan con programaciones agresivas que respondan a una coyuntura de motivación pagada y por lo tanto netamente mercantil. Si el formato online hiciera lo mismo, desaparecería como opción y se volverían competencia entre sí.
7	Camilo Andrés está seguro, que si la radio comercial de ahora, le fuera permitido, hace rato se hubiera pasado al formato digital, por la calidad y costo de equipos para producirla.
8	Ante la pregunta de si creía en la dictadura radial, Camilo responde "que coincide con sus compañeros: "No existe dictadura en la radio, sea cual fuere su formato. La dictadura se da cuando se imponen cosas. La audiencia en los dos casos es una expresión voltiva del oyente"
9	Al insistir que la educación es un acto de competencia exclusiva de las instituciones del ramo, a la radio Online solo le compete divertir, como lo hace la radio comercial, pero con el atenuante del lucro, como horizonte misional
10	Para que algún día haya interés consciente de lo Educomunicacional en la radio Online. Según Camilo, debe estar soportado en un interés económico. Si no existe lo uno, lo otro desaparece por consecuencia.
11	Camilo desestima el uso del marketing, como herramienta de supervivencia en la radio online. Es útil e imprescindible en la radio comercial. Donde hay dinero, hay marketing.
12	Camilo tiene claro que "El Ministerio de las Comunicaciones no interviene las radios online, porque no le representa competencia para la radio comercial, que es la que paga onerosos impuestos. Este pensamiento resume toda su filosofía alrededor del tema.
CONCLUSIÓN HOLÍSTICA	
Las respuestas dadas por Camilo Andrés Poveda, solo se diferencia de sus antecesores en la entrevista, en que abona una enorme importancia a la presencia de las Radio Online en el	

espectro radial nacional, pero al igual que sus compañeros, no le atribuye misión y responsabilidad distinta a la radio digital, que la de divertir, porque entiende que esa tarea no le compete ni siquiera a la radio comercial de la que él vive.
--

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA	
PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.	
Fecha de entrevista:	Agosto10/2021
Radio Online:	Portal FM
Entrevistado:	Marcos Perales M.
Cargo:	Periodista-Locutor. Productor
ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS	
1	Marcos Perales opina que hacer radio online es un cambio porque se siente que nos escuchan por fuera del país, que se le puede servir a la comunidad, se critica de una manera independiente sin compromisos ni prebendas.
2	Marcos Perales considera que la radio digital, desde lo cultural en la gente joven puede influir muy poco, porque a su juicio, hace falta más conciencia en este segmento de la juventud, ya que esta franja poblacional, considera que lo cultural es solo ver novelas y escuchar música. lo cual está de acuerdo con los propósitos de este estudio
3	Para el entrevistado, esta pregunta alude a la misión qué en la práctica debería tener la radio Online, es decir, ser cultural, pero en la realidad dice Marcos, que esto no se cumple, “dado que, en nuestra estación, estamos poco a poco con esta intención, por el monto nos estamos dando cuenta que es la gente mayor quien está más interesado en un contenido más cultural”
4	Ante esta pregunta, Marcos Perales responde que es importante tener en una emisora de estas características, de todo un poco. Nuestra estación, dice, es inminentemente noticiosa, aunque sí contamos con algunos programas que apuntan a otros campos del conocimiento, aunque en menor escala, de ahí que en esta estación es consciente de la importancia en el conocimiento más transdisciplinar
5	Para la emisora en la que trabajo, dice Marcos, nos hemos dado cuenta que entre la gente joven, lo que menos les interesa, es lo cultural, ya sea porque tienen un concepto errado de lo cultural y lo educacional o porque solo escuchan este tipo de radio por simple distracción, lo que contradice consecuentemente con los propósitos de esta investigación.
6	Nuestro interlocutor piensa que la radio online es más universal, que la radio convencional, ya que esta, es más local, lo cual es consecuente con el propósito comercial de la misma, que lo que le interesa es vender y que le compren pauta publicitaria que es su razón de ser. En cambio, la radio online a mi parecer, está pensada hoy en día, para cumplir una programación más universal
7	Para Marcos P. ambas formas de hacer radio le deben servir a la sociedad de una manera tangible, lo que pasa es que algunas sí otras no en mayor o menor proporción y eso depende de quien esté cargo de la programación y claro del interés en particular
8	Ante la pregunta de si creía en la dictadura radial Online, Marcos responde “que coincide con sus compañeros: “No existe dictadura en la radio, sea cual fuere su formato. Nuestra estación es variada y está dirigida para todo el mundo que nos escucha.
9	Marcos Perales insiste que la radio Online es diferente a la tradicional, la radio online debe transformarse continuamente para llegar a una audiencia con una dirección ojalá hacia lo educacional

10	La responsabilidad de la radio debe ser igual para ambos formatos (online y la que se transmite por las ondas hertzianas) es decir con lo que dice y lo que piensa desde la estación, a si no exista una legislación estricta para la radio Online, cual es consecuente con el investigador de la tesis
11	Marcos hace una crítica a las facultades de periodismo en el sentido que no les inculcan a los estudiantes en el tema del marketing, en el sentido que el periodismo también se debe de una manera empresarial, está en parte de acuerdo con Camilo Poveda en que: donde hay dinero hay marketing
12	Marcos perales ante la pregunta que “El Ministerio de las Comunicaciones no interviene las radios online, coincide con Elbert Suarez en el sentido que al ministerio la radio por internet en este momento no hay un sistema regulatorio al menos en América y en segundo no le entereza por que la radio en línea no les representa dividendos
CONCLUSIÓN HOLÍSTICA	
	Para el entrevistado Marcos Perales Mendoza, el hacer radio online se puede criticar de una manera independiente, Para Marcos Perles Mendoza, la radio digital, desde lo cultural en la gente joven puede influir muy poco, hace falta más conciencia en este segmento de la juventud estos consideran que lo cultural es solo ver novelas y escuchar música lo cual está de acuerdo con los propósitos de este estudio.

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA	
PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.	
Fecha de entrevista:	Septiembre 10/2021
Radio Online:	La Cultural 100.7 del FM
Entrevistado:	Alejandra Sandoval
Cargo:	Periodista-Locutora-Coordinadora general de la emisora.
ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS	
1	Para-Alejandra Sandoval el hacer radio en frecuencia FM, es sentirse bien, Ahora desde la radio en línea, ella está convencida que su formato les ha significado un aumento de un número significativo de nuevos, oyentes debido a que les escuchan en otros países ya que dese allí pueden hacer un mayor intercambio cultural.
2	Ella considera que la radio digital, sí está educando además de entretener, pues tienen unas franjas especiales para la gente joven, esto nos indica que está en completo desacuerdo con Camilo Poveda y los demás entrevistados que así piensan.
3	Alejandra Sandoval en concordancia con lo anterior, considera que los jóvenes escuchas, sí están respondiendo a la misión educacional debido a que en su estación son versátiles con los contenidos, lo cual indica un desacuerdo con Camilo Andrés quien afirma que en la radio en línea no tiene una intención de educar, aunque se lamenta. Entra en la retórica con Martín Parra quien considera que la radio en parte esta para divertir y las universidades para educar.
4	Alejandra admite que la parrilla de programación es variada. Su función es de informar y entretener al mismo tiempo también se puede enseñar, lo cual contradice a Camilo Poveda cuando dice que esa es una misión de la radio comunitaria. De igual manera no estar de acuerdo con Elbert Suarez cuando afirma que cada quien se educa, con lo que toma del ciberespacio lo que quiere
5	Su respuesta está muy relacionada con lo que viene afirmando. Atestigua que a pesar de que la radio es dinámica considera que desde allí hacen una función pedagógica a partir de una

	información didáctica con una orientación del debate y el análisis. Lo contrario que afirma Elbert Suarez cuando dice que la radio Online no genera aprendizajes explícitos, sino aprendizajes subliminales que se originan en la dinámica de la programación ofrecida
6	Alejandra considera que hay diferencias entre la radio tradicional y en la línea, aunque se complementan en el sentido de una mayor cobertura en lo digital y menos cobertura en la radio convencional. Otro punto de vista lo plantea Elbert Suarez cuando afirma que “se lamenta que la radio comercial, si bien tiene la motivación operativa en el dinero, también lo debería ser para la Radio Online, qué por ser organizaciones sin ánimo de lucro, les está prohibido deducir ganancias por pauta emitida. Él está convencido que de ser posible pautar, otro “gallo cantaría” para las emisoras Online”, lo cual para el estudio en mención ambas aseveraciones tienen importancia
7	Ante la pregunta, Alejandra afirma que, para hacer radio digital, y la radio convencional, se necesita un personal primero, con conocimiento de la ciudad y con contenidos que le sirvan a la sociedad y en coherencia con lo que el oyente puede estar demandando. No toca unos de los puntos fundamentales de este estudio que es la preparación de los directores, locutores y periodista de una estación de radio que es uno de los puntos clave de esta tesis en mención “análisis sobre la radio online, independiente, universitaria y pública y su incidencia en lo educacional, lo social y cultural en Bucaramanga, Santander”.
8	Ante la pregunta de si creía en la dictadura radial, Alejandra Sandoval afirma que no, debido a que su programación es muy variada y de hecho, abiertas al público y está en acuerdo con Elbert, Martin y aun con Marcos Mendoza y Camilo Poveda quienes afirman: que “No existe dictadura en la radio, sea cual fuere su formato. La dictadura se da cuando se imponen cosas. La audiencia en los dos casos es una expresión volitiva del oyente”
9	Ante la pregunta Alejandra estima en el caso en particular de la estación para la cual trabaja, esta tiene un estilo, un rumbo, afirma que los productores tienen un sentido social. Controvierte con Martin quien reafirma en “que nadie funda una emisora online, con la idea de hacer educación y cultura”, de igual manera entabla lo discursivo con Camilo quien afirma que lo de estructuras educomunicacionales es un acto de competencia exclusiva de las instituciones del ramo, a la radio Online solo le compete divertir, como lo hace la radio comercial, pero con el atenuante del lucro, como horizonte misional. Dicho lo anterior de los dos panelistas para el estudio, considera, que en este punto uno de los puntos misionales de la tesis es precisamente ese el que exista una verdadera formación de los productores de radio online, de crear estructuras educomunicacionales, que abonen el sendero para las nuevas experiencias radiales digitales.
10	Alejandra en la respuesta con respecto ante la responsabilidad de la realidad social, afirma que en su estación lo que nos riges es la de informar desde todo los puntos de vista de una manera transdisciplinar, está muy de acuerdo con Marcos Mendoza cuando afirma que “La responsabilidad de la radio debe ser igual para ambos formatos (online y la que se transmite por las ondas hertzianas) es decir, con lo que dice y lo que piensa desde la estación, a si no exista una legislación estricta para la radio Online”, cual es consecuente con el investigador de la tesis
11	Según Alejandra el marketin digital es muy importante, algunas facultades del periodismo lo tocan pero muy tangencialmente y esta de cuerdo en parte con Martin Parra cuando dice que “se lamenta de que ninguna Universidad o facultad de Comunicación social instruya sobre marketing y así no sean comerciales las estaciones, es una asignatura que se hace necesaria en cualquier profesión u oficio, controvierte, con Camilo Poveda cuando desprecia el uso del marketing, como herramienta de supervivencia en la radio online. Es útil e imprescindible en la radio comercial. Donde hay dinero, hay marketing.
12	En cuanto a la regulación de las radios online la entrevistada afirma que el gobierno no ha metido la mano debido a que no hay una ordenación concreta, aunque considera que si se debe existir reglamentación concreta al respecto debido a los estándares de calidad en la información ya cultural o de cualquier índole. Caso contrario lo que afirma Elbert Suarez quien la tiene clara, que el dinero es lo que “mueve al mundo”. Admite que el gobierno nacional no les ha prestado mérito regulatorio a las operaciones de la radio online, porque en su decir, no genera utilidades, de igual manera. Camilo Poveda asevera

	que “El Ministerio de las Comunicaciones no interviene las radios online, porque no le representa competencia para la radio comercial, que es la que paga onerosos impuestos. Este pensamiento resume toda su filosofía y/o directrices alrededor del tema.
CONCLUSIÓN HOLÍSTICA	
	Las respuestas dadas por Alejandra Sandoval, se diferencia de sus antecesores en la entrevista, en que dice estar segura que están haciendo una verdadera radio en la frecuencia del FM y On line cultural, abona una enorme importancia a la presencia de las Radio Online en el espectro radial nacional e internacional, pero a diferencia de sus compañeros, si le atribuye misión y responsabilidad a la radio digital, que además de la de divertir como lo hace la del formato en las ondas hertzianas, debe ser cultural, porque entiende que esa es su tarea así no le compete ni siquiera a la radio comercial.

CONCLUSIÓN HOLÍSTICA GENERAL	
<p>La suma de las personas entrevistadas, si bien difieren en algunas preguntas puntuales como son las que tienen que ver con la misión cultural y educacional de la radio online, coinciden en aquello que se relaciona con las diferencias del formato, pues mientras para unos, es un motivo de nostalgia saber que la radio análoga o tradicional, poco a poco le está dando paso a la radio Online, para los de este formato, hay una complacencia, dada la versatilidad y universalidad de su cobertura, dado que cubre en tiempo real, las distancias del planeta.</p> <p>Unos y otros, tienen uniformidad de criterio, en que el Mintic no ha hecho lo debido para regular su función social. Estos mismos entrevistados admiten que si bien este tipo de radio, no tiene porqué cargar con el fardo de lo educacional y cultural como misión, otra de las entrevistadas, sí reclama esa misión, como parte de la responsabilidad social que tienen los medios de comunicación con sus oyentes.</p> <p>La investigación concluye, que independientemente del criterio personal de los entrevistados, el hecho de que este tipo de formato entre a las casas de los oyentes, le otorga una responsabilidad educativa y formativa sin disculpas, por cuanto, qué mejor que educar, apoyándose en su envidiable cobertura y facilidad de penetración masiva a los oyentes.</p>	

El Trabajo de Campo.

En este acápite, se presenta como producto del trabajo de campo, una serie de parrillas de programación, recabadas a lo largo de la investigación, desde las cuales, se hace un análisis de su influencia y desempeño, a partir de lo que estas han significado en el gusto de los oyentes, en la zona de Bucaramanga.

El trabajo de campo, es una herramienta de trabajo metodológico, mediante las cuales, se hacen visitas físicas in situ a los ambientes o espacios identificados como los

propios a la naturaleza de la investigación, qué para el caso, son las emisoras On line más representativas de Bucaramanga, no solo para conocer sus estructuras tecnológicas de difusión, sino la programación con la que atienden a sus oyentes.

De acuerdo con lo anterior y según lo explica (Higuera, 2006) el trabajo de campo es un momento muy importante dentro del proceso de investigación; en dicha etapa de inserción en el campo, se obtiene la información y los datos necesarios para llevar a cabo el estudio planteado, de acuerdo con la estrategia teórico-metodológica definida en el diseño de investigación.

	dom 1/24	lun 1/25	mar 1/26	mié 1/27	jue 1/28	vie 1/29	sáb 1/30
12am	12 - 1 Música USTA	12 - 1 Música USTA	12 - 1 Música USTA	12 - 1 Música USTA	12 - 1 Música USTA	12 - 1 Música USTA	12 - 1 Música USTA
1am	1 - 3 Música USTA	1 - 3 Música USTA	1 - 3 Música USTA	1 - 3 Música USTA	1 - 3 Música USTA	1 - 3 Música USTA	1 - 3 Música USTA
2am							
3am	3 - 4 Música USTA	3 - 4 Música USTA	3 - 4 Música USTA	3 - 4 Música USTA	3 - 4 Música USTA	3 - 4 Música USTA	3 - 4 Música USTA
4am	4 - 5 Rosario Evangelio/	4 - 5 Rosario Evangelio/	4 - 5 Rosario Evangelio/	4 - 5 Rosario Evangelio/	4 - 5 Rosario Evangelio/	4 - 5 Rosario Evangelio/	4 - 5 Rosario Evangelio/
5am	5 - 6 Música USTA	5 - 6 Hablemos de Agro 🌾	5 - 6 Música USTA	5 - 6 Música USTA	5 - 6 Música USTA	5 - 6 Música USTA	5 - 6 Música USTA
6am	6 - 9 Franja Cultural Radio USTA	6 - 7 Música USTA	6 - 7 Música USTA	6 - 7 Música USTA	6 - 7 Música USTA	6 - 7 Música USTA	6 - 7 Música USTA
7am		7 - Música USTA 7:30 - 9 El Despertador 📻	7 - Música USTA 7:30 - 9 El Despertador 📻	7 - Música USTA 7:30 - 9 El Despertador 📻	7 - Música USTA 7:30 - 9 El Despertador 📻	7 - Música USTA 7:30 - 9 El Despertador 📻	7 - 8 Música USTA
8am							8 - 9 Música USTA
9am	9 - 10 Franja Cultural Radio USTA	9 - 11 Turno Musical Dj - Jhon F. Radio USTA	9 - 11 Turno Musical Dj - Jhon F. Radio USTA	9 - 11 Turno Musical Dj - Jhon F. Radio USTA	9 - 11 Turno Musical Dj - Jhon F. Radio USTA	9 - 11 Turno Musical Dj - Jhon F. Radio USTA	9 - 11 Música USTA
10am	10 - 12p Jazz						
11am				11 - 12p Vida Saludable 🌿🌟	11 - 12p Minutos de Economía 📊🏠	11 - 12p Música USTA	11 - 12p Música USTA
12pm	12p - 2p Franja Cultural Radio USTA	12p - 1p Música USTA	12p - 2p Música USTA	12p - 1p Música USTA	12p - 2p Música USTA	12p - 1p Música USTA	12p - 2p Música USTA
1pm		1p - 2p Música USTA		1p - 2p Música USTA		1p - 2p Música USTA	
2pm	2p - 4p Franja Cultural Radio USTA	2p - 4p Turno Musical Dj - Andrés Pinzón Radio USTA	2p - 4p Turno Musical Dj - Andrés Pinzón Radio USTA	2p - 4p Turno Musical Dj - Andrés Pinzón Radio USTA	2p - 4p Turno Musical Dj - Andrés Pinzón Radio USTA	2p - 4p Turno Musical Dj - Andrés Pinzón Radio USTA	2p - 4p Salsa USTA
3pm							
4pm	4p - 5p Franja Cultural Radio USTA	4p - 5p Hablando 🗣️	4p - 5p Música USTA	4p - 5p Feedback 😊	4p - 5p Fusión Mundo	4p - 5p La Curiosidad del Gato 🐱	4p - 6p Música USTA
5pm	5p - 6p La Hora del Fray ☺	5p - 6p Pasa la Tarde 😊	5p - 6p Pasa la Tarde 😊	5p - 6p Pasa la Tarde 😊	5p - 6p Pasa la Tarde 😊	5p - 6p Pasa la Tarde 😊	
6pm	6p - 7p Música USTA	6p - 7p Música USTA	6p - 7p Música USTA	6p - 7p Música USTA	6p - 7p Música USTA	6p - 12 Weekend USTA	6p - 7p Música USTA
7pm	7p - 9p Música USTA			7p - 8p The Rush Hour 🚗🚗🚗	7p - 8p Des-Generados		7p - 10p Música USTA
8pm		8p - 10p Música USTA	8p - 10p Música USTA	8p - 10p Música USTA	8p - 10p Música USTA		
9pm	9p - 10p Música USTA						
10pm	10p - 11p Música USTA	10p - 11p Música USTA	10p - 11p Música USTA	10p - 11p Música USTA	10p - 11p Música USTA		10p - 12 Música USTA
11pm	11p - 12 Música USTA	11p - 12 Música USTA	11p - 12 Música USTA	11p - 12 Música USTA	11p - 12 Música USTA		

Figura 12. Parrilla de programación USTA. Fuente: USTA

PARRILLA LA CULTURAL 100.7 FM - 2021								
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	HORA	SÁBADO	DOMINGO
5:00 a. m.	VEREDAS EN CONCIERTO - (Previo Opina)					5:00 a. m.	FRANJA COLOMBIA	FRANJA COLOMBIA
6:00 a. m.	OPINA SANTANDER					6:00 a. m.	CARIBE - Porro, Cumbia	CARIBE - Porro, Cumbia
7:00 a. m.						7:00 a. m.	FRANJA AFRICANA	FRANJA AFRICANA
8:00 a. m.						8:00 a. m.	LA CASA DE COCO	PARRANDA COLOMBIANA
9:00 a. m.						9:00 a. m.	ESCENARIO	COLOMBIANA
10:00 a. m.						10:00 a. m.	FRANJA BRASIL	AIRES VALLENATOS
11:00 a. m.	FRANJA MÚSICA COLOMBIANA	La Casa de Coco Te LEO La Cultural	FRANJA MÚSICA COLOMBIANA	PARRANDA COLOMBIANA	11:00 a. m.	CINESTEREO	AIRES VALLENATOS	
12:00 p. m.	A LA CARTA - Mujeres con la actualidad					12:00 p. m.	LA MINGA CULTURAL	MESTIZAJE
1:00 p. m.	EL CONCIERTO DE LA TARDE					1:00 p. m.	MESTIZAJE	CUMBIAS BGA
2:00 p. m.	MÚSICA DE LOS PAÍSES					2:00 p. m.	TIEMPO DE JAZZ	RUTA 66 - Rock
3:00 p. m.	TRIBUTOS AFROCARIBE					3:00 p. m.		FRANJA HIP HOP
4:00 p. m.	LUCES DE LA CIUDAD					4:00 p. m.	ACETATO	FRANJA HIP HOP
5:00 p. m.						5:00 p. m.		ESCENARIO
6:00 p. m.	ESCENARIO	LA MINGA	CINESTÉREO	PASAPORTE	BANDA SONORA	6:00 p. m.	BANDA SONORA	PASAPORTE ROCK Y POP
7:00 p. m.	NOSTALGIA					7:00 p. m.	FRANJA BLUES Y JAZZ	VIEJO ALMACEN - Tangos
8:00 p. m.	SABOR A COCO					8:00 p. m.	FRANJA COUNTRY	FRANJA MÚSICA CLÁSICA
9:00 p. m.	FRANJA MÚSICA CLÁSICA					9:00 p. m.		
10:00 p. m.	FRANJA MÚSICA CLÁSICA				FRANJA VIERNES - Caribe, Afroantillano	10:00 p. m.	ELECTRONICA	FRANJA MÚSICA CLÁSICA
11:00 p. m.	FRANJA MÚSICA CLÁSICA					11:00 p. m.		ELECTRONICA
12:00 a. m.	FRANJA MUSICAL	FRANJA Jazz, Soul, RyB	FRANJA Bandas locales y nacionales	FRANJA Pop Internacional	FRANJA VIERNES - Caribe, Afroantillano	12:00 a. m.	TOP EXITOS INTERNACIONALES	FRANJA NEW AGE FRANJA ANDINA COLOMBIANA
1:00 a. m.	Rock					1:00 a. m.		
2:00 a. m.	FRANJA MÚSICA COLOMBIANA					2:00 a. m.	FRANJA BANDAS LOCALES Y NAL	FRANJA BANDAS LOCALES Y NAL
3:00 a. m.	FRANJA MÚSICA COLOMBIANA					3:00 a. m.	FRANJA BANDAS LOCALES Y NAL	FRANJA BANDAS LOCALES Y NAL
4:00 a. m.	FRANJA MÚSICA COLOMBIANA					4:00 a. m.	FRANJA BANDAS LOCALES Y NAL	FRANJA BANDAS LOCALES Y NAL

Figura 14. Parrilla de programación La Cultural 100.7 FM. Fuente: La cultural

<p>PUDE SINTONIZARNOS - 24 HORAS - EN CUALQUIERA DE LAS SIGUIENTES POSIBILIDADES: Descargando la APP gratuita para Android: Play Store - Folklore Radio Ingresando a: www.folkloradio.online, My Tuner, Nobexradio, Simple Radio Otras opciones: Radio.garden, Streema.com</p>							
HORA COL	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
7:00	NUESTRA MÚSICA	SOY COLOMBIANO	QUE SABROSO	CONFIDENCIAS DEL TIPLE	BAMBUQUEANDO	PENTAGRAMA	GUAYOYITO CON TETÉ
8:00	COLOMBIA ENCANTA	GUAYOYITO CON TETÉ	DISCOTECA TROPICAL	AIRES VALLENATOS	GUAYOYITO CON TETÉ	A DOS VOCES	QUE SABROSO
9:00	QUE SUENEN LAS BANDAS	GENERACIÓN BOLERO	MESTIZAJES LATINOAMERICANO	SONAMOS LATINOAMÉRICA	ENCUENTRO DE MÚSICOS	NUESTRA MÚSICA	CONCIERTO COLOMBIANO
10:00	SUENA MI TIERRA	ACORDES	CONCIERTO COLOMBIANO	MESTIZAJES	GUADUAL CAFETERO	MESTIZAJES	BAMBUQUEANDO
11:00	A DOS VOCES1	A DOS VOCES2	A DOS VOCES3	A DOS VOCES4	A DOS VOCESS	SUENA MI TIERRA	SUENA MI TIERRA top
12:00	<p style="text-align: center;">Colección Festivaliand </p> <p style="text-align: center;">Música en vivo</p>					SOY COLOMBIANO	GUADUAL CAFETERO
13:00						SURCOS DE TAMBOR	SURCOS DE TAMBOR
14:00						QUE SUENEN LAS BANDAS	SABOR A COCO
15:00						TERTULIANDO CON EL TÍO MANUEL	COLOMBIA ENCANTA
16:00						DISCOTECA TROPICAL	AIRES VALLENATOS
17:00						CONFIDENCIAS DEL TIPLE	ACORDES
18:00	TERTULIANDO CON EL TÍO MANUEL	GUADUAL CAFETERO	NUESTRA MÚSICA	SOY COLOMBIANO	QUE SABROSO	GUAYOYITO CON TETÉ	GENERACIÓN BOLERO
19:00	BAMBUQUEANDO	GUAYOYITO CON TETÉ	AIRES VALLENATOS	DISCOTECA TROPICAL	COLOMBIA ENCANTA	ENCUENTRO DE MÚSICOS	ENCUENTRO DE MÚSICOS
20:00	ENCUENTRO DE MÚSICOS	SONAMOS LATINOAMÉRICA	PENTAGRAMA	GENERACIÓN BOLERO	MESTIZAJES LATINOAMERICANO	SONAMOS LATINOAMÉRICA	MESTIZAJES LATINOAMERICANO
21:00	CONFIDENCIAS DEL TIPLE	MESTIZAJES	SUENA MI TIERRA	ACORDES	CONCIERTO COLOMBIANO	LA ISLA DE LA MÚSICA	LA ISLA DE LA MÚSICA
22:00	SABOR A COCO	SABOR A COCO	SABOR A COCO	SABOR A COCO	SABOR A COCO	SALSERAMENTE	SALSERAMENTE
23:00	FONOTECA1	FONOTECA2	FONOTECA3	FONOTECA4	FONOTECAS	FONOTECA FIN DE SEMANA	FONOTECA FIN DE SEMANA

Disfrute nuestros Microprogramas en cada break: UN TANTICO VERSIAO, TIERRA ANDINA, PA/BAMBUQUEROS, ANDARIEGOS, FESTIVALIANDO.
Conozca nuestros recomendados musicales, culturales y discográficos. Ingresando a www.folkloradio.online encontrará en detalle nuestros programas y sus productores

Folklore Radio, sistema radiofónico digital para la promoción de artistas y músicas de Latinoamérica. ¡SOMOS DIFERENTES, CREEMOS EN LO NUESTRO!

Figura 15. Parrilla de programación Folklore on line. Fuente: Fol9kore radio

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:55	HIMNO NACIONAL – HIMNO UPB – ORACIONES BOLIVARIANAS				
7:00	Colombia Viva				
8:00	Informativo UPB				
8:15	Tren al sur				
8:30	Construyamos la casa común	Familia y vida			
9:00					
9:30	Madre tierra	Aprendamos derecho		Bienestar y salud	Sala de redacción
10:00	Hits del rock y pop	Hits del rock y pop	Comisión de la Verdad	Espiral femenino	Hits del rock y pop
10:30			Hits del rock y pop		
11:00			Hits del rock y pop		
11:45	Informativo UPB				
12:00	80's 4 ever				
2:00	Hits del rock y pop	Hits del rock y pop	Hits del rock y pop	2:30 -Enredados	Hits del rock y pop
2:30		Hits del rock y pop	3 pm -Mesa de análisis	Voces Soberanas NUEVO	2:30 Estación Deportiva
3:00				Tiempo de series: El programa	
3:30				Top 10 V	
4:00	Cultureando	Punto y aparte	Runway	Hora Gospel	¿La Mermelada?
5:00	Anímese mano	Cinemartes	La franja E	Fiesta latina	¿La Mermelada?
6:00	Especiales V	Conectados	Rock de todos los tiempos	Conectados	By the Way
6:55	HIMNO NACIONAL - HIMNO UPB				

Figura 16. Parrilla de programación estación UPB. Fuente: UPB

AMARILLA: FRANJA MUSICAL ANDINA – COLOMBIANA

AZUL: FRANJA INFORMATIVA

ROJA: FRANJA MUSICAL ROCK Y POP

NARANJA: FRANJA DIVULGACIÓN Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

GRIS: FRANJA EDUENTRETENIMIENTO

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADOS	DOMINGO
0:00							
1:00							
2:00							
3:00	Franja Retro	Clásicos de los 80's	Franja Retro	Clásicos del Rock en español	Franja Retro	Nuestra música	Franja Retro
4:00							
5:00							
6:00							
7:00							
8:00		La hora i					
9:00							
10:00	El despertador	El despertador	El despertador	El despertador	El despertador		
10:30	URNoticias	URNoticias	URNoticias	URNoticias	URNoticias	Nuestra música	Clásicos del Rock
11:00							
11:30							
12:00	Programación musical	Programación musical	Programación musical	Programación musical	Programación musical		
12:30							
13:00							
14:00		UDI SAN CIL					
15:00	Trabajos clase radio		Santander musical		Trabajos clase de radio		
16:00		Trabajos clase radio					
17:00				Trabajos clase radio			
18:00	La linterna C4						
18:30			A lo méllès				
19:00	Al aire	Al aire	Al aire	Al aire	Al aire	Especial música colombiana	
19:30							
20:00	La ruta	Punto de encuentro	URNoticias +	Megafono sinestra C4	La Ruta	Fuera del aula C4	Especial música colombiana
21:00							
22:00							
23:00	Programación musical	Programación musical	Programación musical	Programación musical	Programación musical	Programación musical	

Figura 17. Parrilla de programación UDI On line. Fuente: UDI

PARRILLA RADIO SANTANDER ON LINE

6 AM a 7 AM AMANECER CAMPESINO, programa dedicado al campesino donde se habla de cultivos, música, recetas campesinas, entrevistas a campesinos etc. etc.

7Am a 8 am. MUSICA PROGRAMADA EN AUTODIJ, merengues, salsa, vallenatos, porros, etc etc.

8. Am a 9Am. INFORMATIVO INTERNACIONAL DE LA AIR, Programa internacional de noticias de la Alianza Internacional de Radios AIR,

9. Am a 10 Am LA MAS ROMANTICA, Música Romántica de los años 70,80, 90.

10Am an 11 Am. Martin Parra Folklore Colombiano.

11Am a 12am SALSA CON SABOR A COCO. Programa de Salsa internacional

12Am a2pm MUSICA PROGRAMADA EN AUTODISJ

2pm a 3 pm SALSA CON SABOR A COCO. Programa del día anterior de Salsa.

3pm a 4 pm. BOLEROS SON. Programa de Boleros Nacional e internacional

4pm a 5 pm Alirio Marín, Música Andina Colombiana e internacional

6. Am a 7Am. COLOMBIA CUANTO TE QUIERO, Programa de música andina colombiana.

Figura 18. Parrilla de programación R/Santander On line. Fuente: R/Santander



Figura 19. Emisoras existentes en el país 2019. Fuente: Mintic 2019

A partir de todas estas parillas, se desarrolla en Bucaramanga, la estructura general para todos los instrumentos a ser aplicados, tanto a productores como a directores de las emisoras Online correspondientes a la Radio Luis Carlos Galán Sarmiento de la Biblioteca Pública Gabriel Turbay; Folklor Radio; Radio Santander; Portal FM; Radio USTA 96.2 FM /Online; UDI online; UPB Online; La Cultural 100.7 FM / Online y con las cuales se ha estructurado el trabajo de campo de acuerdo con los siguientes parámetros:

Resultados sobre el trabajo de campo

A partir de la muestra de 7 emisoras seleccionadas, se hizo la visita a estos espacios previamente concertados, para conocer de cerca el método de trabajo que cada una de ellas emplean en su diario discurrir, a fin de percibir cómo subyace en cada una

de las tendencias identificadas, el influjo que manifiestan sus audiencias en torno a las líneas de acción por estas emisoras planteadas. La visita aleatoria a estas estaciones radiales, permitieron conocer de primera mano, cómo es que ellas miden su audiencia, no solo a través de la interacción reiterativa con sus oyentes, sino con la medición de los reportes de audiencia mediante llamadas, chats y cuestionarios temáticos de acuerdo con la programación previamente establecida. Y aunque la radio en línea no ha supuesto la revolución puede y no se debe desaprovechar.

Se pudo conocer, cómo la mayoría de estaciones de radio en línea visitadas, utilizan la tecnología streaming que permite transmitir audio (o video) en tiempo real. El funcionamiento básico es así: desde una computadora se transmite audio a un servidor web con un software de streaming.

En este tipo de tecnología, el audio no se queda alojado en el servidor, sino que está pasando continuamente y puedes ser escuchado por cualquier persona en cualquier lugar del planeta en tiempo real mientras se transmite.

Este panorama de tipo técnico, es lo que le permitió percibir cómo es que la gente que escucha radio en línea, lo hace cotidianamente, es decir, si lo hace preferiblemente sentada frente a un computador, ya porque puede interactuar de una manera más expedita, o porque desde esta posición se le facilita al oyente solicitar videos, fotografías, audio tecas con programas ya emitidos, encuestas y hasta una webcam que muestre las imágenes de la cabina mientras se realiza el programa.

Aunque de las estaciones visitadas, no todas prestan este servicio, sí hay algunas como la Luis Carlos Galán Sarmiento, órgano difusor de la Biblioteca Gabriel Turbay que sí lo hacen facilitando:

- Secciones de textos y enlaces a webs dónde profundizar los temas tratados en el programa.
- Salas de chat en vivo para enviar saludos y complacencias.
- Encuestas en línea de las canciones y artistas favoritos.
- Blogs del programa o la radio, donde los oyentes dejan sus opiniones.
- Foros y debates interactivos.
- Recibir llamadas a través de Voz IP (mensajería como WhatsApp, signal, Skype para sacarlas al aire.
- Buscadores de empleo y tabloneros de anuncio compra-venta.
- Anuncios gráficos (banners) con publicidad. Así aumentan los ingresos tan escasos en las radios en línea.

De acuerdo con esta visión y el servicio tan particular que prestan las emisoras Online visitadas, se podría pensar que el enfoque de servicio que cada una de ellas prestan, se uniforman en una sola dirección, cuando:

- Coinciden en entender que la radio es un medio flexible, que está para fomentar y promover las buenas relaciones con sus oyentes.

- Qué como tal, la radio online, tiene que ser un escenario de participación, socialización y de prácticas democráticas donde se estimule el inter aprendizaje cultural, académico y político.
- Qué otra de las proyecciones de la radio Online, es el de servir de puente para la creación de nuevas relaciones y oportunidades y la integración de toda la comunidad, sin distinción de edad, raza, religión, creencias ni el nivel de escolaridad. Por lo tanto, constituye un espacio de identidad, de estímulo, reconocimiento y descubrimiento de nuevas perspectivas de interacción.

Tal como se desprende de lo aquí expuesto, se deduce que la versatilidad que ofrece el trabajo de campo, es lo que permite que, en los proyectos de investigación, se puedan caracterizar los distintos medios identificados por el investigador, para la obtención de fuentes primarias de información. Como su nombre lo dice, indica que el investigador como tal, debe trabajar en el entorno natural del fenómeno estudiado como lo aseguran, (Sánchez, 2002).

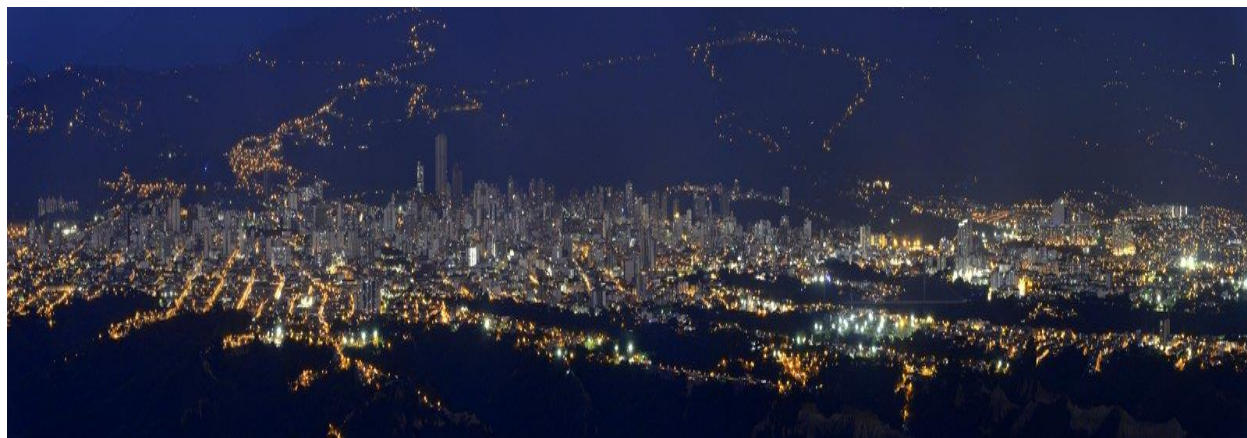
Resultados Diálogo de Saberes

El diálogo de saberes es un método cualitativo que busca entender, resumir, pensar y/o contextualizar el conocimiento. Concibe los problemas y necesidades de un conglomerado social, mediante la deliberación y la retórica de los actores, apoyándose en las palabras del sujeto activo de una comunidad.

El diálogo de saberes hace parte de las metodologías cualitativas, genera conocimiento sobre costumbres, experiencias aprendidas, buscando la perspicacia de los fenómenos, y admitiendo participar a los objetos involucrados con sagacidad y apropiación de conocimientos compartidos.

Se entiende por diálogo de saberes a un método cualitativo que busca comprender, sintetizar, teorizar y contextualizar el conocimiento; lo que permite a su vez, entender los problemas y necesidades que tiene la población investigada, mediante la reflexión y discusión de los actores, basándose en las palabras de esa misma población. (Souza, 2010).

En el presente trabajo de investigación se intentó explicar de qué manera, la Radio Online Independiente, Universitaria y Pública de la ciudad de Bucaramanga, Santander del Sur, incide en lo educacional o cultural”, partiendo de estos núcleos problema como ejes dinamizadores, para llegar a un abordaje trans-disciplinar e integral, que permitan que el proyecto como tal, supla las necesidades que en materia educativa y cultural, la radio comercial no suple al interior de la sociedad Bumanguesa.



Bucaramanga Colombia América del Sur

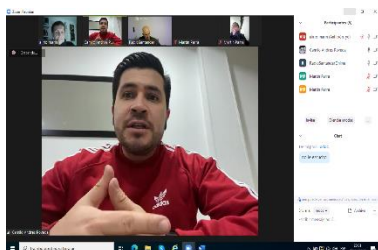
Esta aseveración está empotrada en el análisis contextual de la propuesta, por cuanto la preocupación medular de la misma, está dirigida hacer de la radio online, un instrumento para la enseñanza-aprendizaje, sin dejar de lado el factor divertimento, que no puede sacrificarse en razón de una misión que también cumple la escuela en el sentido amplio de la palabra. En este sentido, lo Educomunicacional y lo Cultural como líneas de la maestría se recrea aquí, a partir de un dialogo de saberes entre los actores comprometidos en las estaciones de la radio online en Bucaramanga (directores, propietarios, locutores y programadores), buscando con él, amplificar un escenario propicio, que coadyuve a entender la situación del medio, para que desde lo dialógico, se hallen senderos de confluencia que ayuden a encontrar el norte perdido, que se nota en el derrotero de cada uno de los que “comandan”, las estaciones radiales visitadas para este trabajo de campo en la ciudad de Bucaramanga Colombia.

Para efectos de concretar criterios – así estos fueran disímiles y hasta contrarios a los propósitos de la investigación- se utilizó una metodología, que comprometió un diálogo de saberes, materializado en un conversatorio no formal virtual, con tres de los 26 productores de igual número de emisoras existentes en Bucaramanga y su área metropolitana para acercar su visión a la praxis de lo que como agentes radiales de las emisoras online de la ciudad, desarrollan en su calidad de productores, locutores y programadores, como agentes responsables de la emisión de esos contenidos.

Actividad:	Conversatorio
Fecha:	Abril 3 del 2021
Número de Horas	42 minutos
Actividades adelantadas:	Conversatorio en torno a la radio online y su incidencia en lo educacional y cultural, radio tradicional
Responsable de la actividad:	Alirio Marín / periodista moderador
Actores involucrados:	Martin Parra / periodista, folklore radio Camilo Poveda/periodista, Blu radio, caracol tv Ebert Suarez/comentarista de radio, radio online
Medio	Skype



Martin Parra



Camilo Poveda



Elbert Suarez



Alirio Marín
Periodista / Moderador

Fotografías, fuente: Autor

La dinámica y agenda del diálogo entre los panelistas se llevó a través de unas reglas de juego donde una vez terminada sus presentaciones desde el punto de vista profesional con la radio por parte del moderador, se les otorgó la palabra a cada uno para luego una retórica de cada panelista desde el punto de vista de unas preguntas específicas relacionadas con el tema que nos congregó, la radio.

Debido a la misma naturaleza de lo que es en sí, un conversatorio y partiendo de las distintas expresiones logradas en él, la investigación de manera selectiva tomó en consideración lo dicho por el productor y locutor Elbert Suárez, porque la línea de su pensamiento condensó la controversia suscitada entre los tres invitados, expresión de su pensamiento este, que se consigna aquí como el colofón de lo discutido a lo largo del conversatorio.

Elbert Suárez panelista conversatorio

Considero, que “estoy de acuerdo con Camilo y Martín en el sentido de que la radio online no transmite cultura, porque estoy convencido que tanto el productor, como los directivos y locutores o las disímiles personas que ocasionalmente puedan estar al frente de la estación radial, no están preparadas para comprender la misión que les depara el medio, lo que no es muy frecuente con lo que pasa en la radio convencional.

Ahora bien, es de todos conocido que en la radio online se facilita transmitir contenidos culturales y educativos, debido a que las parrillas de programación que desarrollan estas emisoras, no son tan estáticas como sí lo son, los índices de audiencia que con ellas capta la radio convencional, dado que no sólo están llenas de intereses de todo orden, sino que su formato como no es tan universal como la radio Online, debe enfocarse a garantizar una audiencia cautiva, para satisfacer a demanda de sus clientes y anunciantes.

En este sentido amigo Alirio, me reitero en que para que la radio Online llegue a tener una jerarquía de penetración en lo cultural y en lo educativo, debe contar definitivamente con una regulación expresa, amplia y suficiente por parte del Ministerio de las Comunicaciones articulada con el Ministerio de Educación, porque definitivamente se necesita más apoyo y este no se ha tenido.

De otra parte, creo que la radio en línea está muy atrasada con respecto de algunos países de Europa. donde allá sí se ve cómo se imparte cultura y como se educa a su audiencia a través de una programación delineada con base en las audiencias que captan.

Lamentablemente la cultura radial colombiana, es precaria no solo por la propuesta cultural y educativa en sí misma, sino porque la falencia principal radica en la baja cobertura del internet, que no llega al 47% de las zonas rurales del territorio nacional, lo que impide aún más, que la radio en línea pueda llegar a una mayor población; y si a esta falencia, le sumamos el desinterés que el gobierno nacional ha demostrado hacia el sector de este tipo de radio, apaguemos y vámonos como dice el dicho coloquial.

Yo estoy convencido Alirio, qué si a la radio online se le permitiera cobrar anuncios o yendo más allá, se le obligara a que este tipo de emisoras le tributaran a Sayco y Acinpro, el mismo impuesto leonino que le cobran a las emisoras comerciales, otro gallo cantaría, conociendo de sobra que este gobierno desde hace 210 años de “independencia” sigue siendo alcabalero y bucanero”.

La experiencia arrojada por este acápite sobre el tema debatido mediante el conversatorio, permitió entre otras cosas, qué como periodista investigador, me quedara la sensación de que fue fructífero este diálogo de saberes, porque me permitió cumplir

con las reglas del juego en esta etapa de la actividad, como también lo fue para los panelistas invitados.

Lo cumplido en ese sentido, contribuyó a que se condensara la disimilitud de las respuestas dadas a lo largo de la conversación, por cuanto, si bien hubo algunas de ellas divergentes, también hubo comentarios coincidentes con el objeto de la presente investigación.

Entre las divergencias más notables, estuvo el desacuerdo en querer que el Mintic interviniera en la autonomía de las emisoras On Line, porque unificarse en torno a dicho despropósito, sería darle una patente de curso al gobierno para cercenar la libertad de expresión.

La mayoría de los productores/directores de Radio Online de Bucaramanga, no aceptaron la idea de que sus estaciones vivieran en competencia, porque lo que hacen lo han venido haciendo con plena conciencia de servicio, hacia lo educativo y hacia lo cultural, aunque eso en la práctica, no sea de común ocurrencia.

En lo coincidente, se pudo establecer a lo largo de este coloquio, que todos los Productores /Directores invitados, tienen claro, que este es un formato de mucha utilidad para la franja joven de la ciudad y que sus parrillas de programación sí consultan, las necesidades de lo educacional y cultural de la audiencia que cultiva y que de una manera tangible se refleja en cada una las parrillas de programación aquí expuestas.

De acuerdo con lo anterior, las claves para el análisis de la relación entre la educación y los medios, parecen expresarse en las respuestas dadas acerca de algunos ejes temáticos sostenidos durante la conversación y que surgieron sobre algunas preguntas significativas relacionadas con la intención, propósitos y objetivos de hacer radio, en una ciudad que como Bucaramanga goza de un amplio espectro de la radio comercial.

Discusión de Resultados

Análisis de los objetivos con relación a los resultados.

A partir de la idea de proponer un análisis sobre la radio Online, independiente, universitaria y pública, dirigida a medir su incidencia en lo educacional, lo social y cultural en Bucaramanga, Santander, la investigación asume la consecución de unos resultados que fueran coherentes con el objeto de la misma; esto significa desglosar la proyección de lo investigado como insumo vital, tanto en orden de importancia como de acuerdo con la dimensión de los objetivos específicos extrapolándolos con los respaldos teóricos que soportan dichos resultados,

En este orden de ideas, se empieza por explicar el primero de ellos, que a la letra dice:

- 1. Conocer las dinámicas de la Radio Online o Ciberradio independiente, universitaria y públicas, con respecto a la incidencia en lo Educomunicacional y Cultural entre los años 2020 y 2021 en la ciudad de Bucaramanga.**

Cuando se habla de dinámicas, se está pensando en el tipo de ofertas que las 26 emisoras Online de Bucaramanga, le están ofreciendo a sus oyentes cuando las sintonizan.

Este concepto, lo respalda Cebrián (2008) cuando afirma que La radio online, también conocida como ciberradio, es un medio de comunicación, que forma parte de las nuevas tecnologías de la información.

Al respecto, este autor considera que la ciberradio va de la mano con la interactividad, con la cual, no solo supera la tradicional comunicación de participación en los estudios vía telefónica o de otras modalidades, sino que se adelanta a su tiempo para disfrute de las nuevas generaciones.”. (Cebrián Herreros, 2008).

Hoy día, las emisoras de radio implementan la radio online retransmitiendo su señal por sus páginas web, llegando a más oyentes a través de las redes sociales. De acuerdo con (López, 2010) “Las emisoras On line permiten mayor interactividad y ofrecen nuevos sistemas de comunicación entre la radio y el oyente”.

Por esta referencia, es que este objetivo en particular permite que grupos independientes aficionados a la radio, comiencen a transmitir contenidos desde sus ordenadores,

En la actualidad las redes sociales evolucionan conectando a millones de personas alrededor del mundo. Los medios de comunicación han tenido un salto evolutivo, donde el internet ha sido el gran contribuyente, porque acopló los medios de comunicación a lo que hoy son y mejoró el flujo de la información que llega a los usuarios.

En este sentido, (Cebrián Herreros, 2008) el teórico de apoyo a este análisis, ha abierto el horizonte interpretativo de las cosas, explicando cómo desde la Internet, el mundo ha incorporado los medios de comunicación tradicionales, con otros nuevos, generando una simbiosis con las redes sociales y las emisoras Online, hasta crear otro ámbito informativo englobado bajo la denominación de ciber medios, los cuales introducen otras formas de comunicación basadas en los procesos de interactividad, el desarrollo de nuevas relaciones entre los usuarios, otras mediaciones técnico comunicativas, los cambios en la concepción de la información, las transformaciones en los modelos narrativos y expresivos con una expansión de las posibilidades de navegación e hipertextualidad, las sinergias entre la ciber prensa, la ciberradio la ciber televisión y las redes sociales y un nuevo universo espacio-temporal, de allí su gran importancia para la consolidación teórica de este análisis como tal..

- 2. El segundo objetivo, tiene que ver con el identificar el alcance que tiene este tipo de oferta radial Online en la preferencia de las audiencias jóvenes de la ciudad, en cuanto la influencia que ejercen en ella, directivos, propietarios productores y/o locutores de la Radio Online relacionado con lo educativo y cultural de la programación ofrecida.**

La investigación, apoyada casi que exclusivamente en las herramientas metodológicas ya descritas, cumple este objetivo, aplicando encuestas, haciendo entrevistas y visitando los espacios donde tienen presencia efectiva las emisoras Online de Bucaramanga, ya que es partiendo de este análisis de hecho cualitativo y cuantitativo,

que prodigan los instrumentos empleados, como se puede medir el interés de los radioescuchas de este tipo de ofertas radiales, mediante el criterio expresado, no solo por los productores y/o locutores de la Radio Online de la ciudad, en cuánto al alcance y cobertura de sus señales y la frecuencia, sino por la incidencia que reporta la audiencia a través del tipo de programaciones sintonizadas.

A lo largo de esta pesquisa, se pudo establecer que, si bien no es muy patente la intención educativa y cultural, en la entraña misma de este análisis, no se descarta que evolutivamente y con el tiempo, se pueda configurar una oferta expresamente educativa y cultural, que llene los vacíos que, a ese nivel, tiene la radio comercial o tradicional actualmente.

Si bien, lo dicho por (Cebrián Herreros, 2008) es que la radio sea un medio condicionado por los cambios tecnológicos, tampoco se puede desconocer que la radio en general y desde sus orígenes, ha sido también un espacio de comunicación pública que fomenta la complicidad, proximidad e interacción personal con la audiencia, que se amplifica ahora, con las posibilidades que ofrece el entorno digital.

De allí, que sus comentarios acerca del cómo lo digital, sin acabar con lo analógico, sea hoy una alternativa indiscutible de cubrimiento y cobertura, como una muestra palmaria de cómo la radio online se constituye per sé, en un esfuerzo permanente de este medio, por buscar mayores audiencias, valiéndose, no solo de la tecnología y los nuevos escenarios de la comunicación, sin menoscabar el objetivo

primordial que anima a los medios de comunicación, como es el de caracterizar el nuevo modelo de escucha y de consumo de la radio a nivel general.

3. El tercer objetivo que se ocupa de determinar la importancia que tiene un espacio radial Online para una audiencia joven, estudiantil y universitaria de Bucaramanga,

Este objetivo tuvo total repercusión en este análisis en particular, en la medida que se pudo demostrar a través de los instrumentos metodológicos aplicados, que la radio, es un medio que nunca se ha mantenido al margen de los cambios tecnológicos.

La evolución de las formas de producción, distribución y recepción se ha proyectado en la configuración de los contenidos y de las formas de interacción con la audiencia desde los orígenes centenarios del medio.

Con la irrupción de la tecnología digital y la extensión de la red de Internet a comienzo de los años 90, la radio se vio obligada nuevamente a redefinir sus procesos, incluido el modelo de escucha. Como señala Orihuela “los medios cambian, cuando cambia la cultura de la audiencia, y aunque el cambio esté inducido por la tecnología, su naturaleza es más profunda: tiene que ver con los nuevos modos en los se produce, se distribuye y se consume la información” (Orihuela, 2015).

La importancia de la que alude el tercer objetivo de este análisis, tiene que ver con lo que la misma, ha podido demostrar, al quedar en evidencia que “el objetivo de todo proceso de comunicación, es llegar al destinatario, ya que lo contrario sería un ejercicio estéril de emisión y de derroche de energías que se perderían en el aire” (Martínez-Costa, 2016).

Los casos recopilados demuestran que la radio Online en Bucaramanga, permanece activa en este objetivo y en la reinención de las formas en que dialoga con su audiencia, que encuentra en los nuevos lenguajes y soportes, nuevas maneras de construir y consolidar sus comunidades de oyentes y usuarios, aunque todavía no se allegue a su dimensión ideal de llegar a ser un referente educativo y cultural, propiamente dicho.

Conclusiones

Los nuevos medios y la bifurcación de los ya tradicionales continúan con los propósitos mediáticos de informar, educar y entretener, al tiempo que incorporan espacios de libertad alternativa en los que surgen agendas críticas; espacios en los que se explota la importancia de los mensajes, el generar esa confianza que debe existir en la relación historias–audiencias bajo la representación de las diversas formas de expresión que hacen uso del lenguaje propio de cada medio para persuadir a través de textos elaborados pero predispuestos por su significado, historias públicas y privadas concebidas para ser entendidas desde la óptica de lo que proponen.

De acuerdo con esta intención proposicional, la presente investigación logró que a través de conocer las dinámicas de la *Radio Online o Ciberradio independiente, universitaria y públicas*, se establecieran coincidencias y divergencias con los operadores de la radio Online en la ciudad, tomando en cuenta, las incidencias que este formato viene causando en la audiencia joven, tanto en lo Educomunicacional como en lo cultural entre los años 2020 y 2021 en la ciudad de Bucaramanga,

En este sentido, (Zepeda, 2016), habla que para que la radio Online, alcance el nivel de reconocimiento que merece, debe abordar los problemas de contenido que están presentando estos medios, para identificarlos con el propósito educacional y cultural, que da sentido a su aparición inicial, cuando este tipo de radio, fue homologada como una

creación universitaria, pensada para ayudar a generar contenidos culturales adecuados, que aportaran a esta comunidad estudiantil específica, refuerzos académicos como una contribución a la misión educativa que la soporta como propuesta.

Desde este ángulo interpretativo, *conocer las dinámicas que inspiran este tipo de radio, es reconocer en su ejercicio su esencia fundamental, que no puede ser otra que la de difundir cultura mediante todos sus elementos y herramientas tecnológicas a su alcance.* De allí, que sean tan importante que su contenido enriquezca de conocimientos generales, a quien como prosumidores funjan como oyentes cautivos de su programación, a partir de las cuales se deriva una proactiva evolución cultural en quienes se constituyan en su audiencia.

De otra parte, la investigación que se concluye, encontró gratificante identificar en el proceso, el alcance que tiene este tipo de oferta radial Online en la preferencia de las audiencias jóvenes de la ciudad, por cuanto la influencia que ejercen en ella, directivos, propietarios productores y/o locutores de la Radio Online relacionado con lo educativo y cultural sobre la programación ofrecida, ha demostrado su impacto positivo en su vasta audiencia, si nos atenemos a los resultados de las encuestas aplicadas a los operadores de estas emisoras en Bucaramanga, pues hay un impacto no ideal, ya que no se ha captado una audiencia masiva en la juventud.

En dicha encuesta, quedó demostrado por las respuesta dadas, que la suma de emisoras visitadas a través de esta herramienta, son conscientes que el entorno digital

que manejan, pide replantear el tratamiento dado a sus parrillas de programación, pues lo que arrojó las respuestas al cuestionario de la encuesta, es que “se trata de ir de una teoría de la información, a una teoría de la comunicación y de allí producir el salto cualitativo hacia una teoría del conocimiento que asuma que ya no es posible hacer separaciones tajantes entre el emisor y el receptor” (Pineda, 2011).

De igual manera, la investigación, al dimensionar tangiblemente la importancia de autodeterminarse como agente de cambio, ejerciendo la autonomía que da el ejercicio de la Radio Online, sabe lo útil que es para este tipo de comunicación virtual e inalámbrica, mantener espacios de este tipo, para una audiencia joven, estudiantil y universitaria de Bucaramanga.

En este sentido, la evolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación TIC han traído consigo, una serie de herramientas y mecanismos de intermediación e interactividad que entran a reconfigurar el espacio mediático, manteniendo a los medios tradicionales como un eje central de referencia, que ha servido a la Radio Online como una dimensión que ha servido simultáneamente para medir el impacto de la mediación social, concebida desde la difusión de la información, la propagación del conocimiento y el impulso democrático que se le pueda dar a conocimiento desde esta herramienta Educomunicacional y cultural.

La determinación con autonomía de una programación en este tipo de emisoras, conducen a ofrecer aportes educativos y culturales de invaluable importancia, porque a

la inversa de la radio tradicional, la información difundida con autonomía, pero respondiendo a un propósito preciso en lo educativo y lo cultural, hace de la radio Online una oferta casi que personalizada, instantánea, diluida, convergente, transparente, flexible, liviana, conversacional, interconectada y abocada a la colaboración y a la participación, sin caer en banalidades comerciales (Campos Freire, 2008).

En tal sentido, si asumimos esta experiencia como radio universitaria, los resultados van a estar dirigidos a lograr un nuevo panorama mediático, que va a permitir que se mantenga una clara diferenciación entre formatos, géneros y forma en que se realiza la radio. (Espino Narváez, 2012).

La innovación tecnológica es parte fundamental en la construcción de mejores programas radiales, permite a las estaciones de radio Online, acercarse a esa audiencia que antes veía como utópica, ante la imposibilidad de expandir la señal de la emisora a mayores referentes con menores costos. Hoy, la tecnología ha permitido “crear una reputación digital que se reafirma y potencia a través del contacto permanente con los usuarios o seguidores, qué como la radio universitaria, está en la búsqueda de crear un escenario propicio para su visibilizarían” (Torres Gordillo, 2009).

Lo anterior, sólo será posible, si se insiste en la interacción directa con la audiencia, conversación que permitiría tomar directamente de la fuente (radioescucha o ciber usuario) sus requerimientos en cuanto a la programación radial y/o cambios que

deberían introducirse a esta, para que interprete el sentir y las necesidades de sus oyentes.

Habría que tener muy en cuenta, que en dicha integración, la radio On line universitaria, online independiente y online publica y las nuevas tecnologías, la palabra toma gran importancia, porque además de ser el instrumento natural de comunicación por excelencia, esta se convierte en el elemento clave a través del cual, se proponen contenidos y se redescubre la relación entre el medio y sus oyentes, para formar una audiencia más comprometida con una propuesta radial que involucra a más personas y a su vez gana más audiencia, más credibilidad y genera mecanismos de lealtad con la estación radial.

Si bien el panorama digital pide que las emisoras universitarias, además de transmitir desde las ondas hertziana, lo hagan desde plataformas web, lo importante es que desde este desarrollo tecnológico, se esfuercen por apostarle a contenidos frescos y dinámicos para que puedan ser consumidos a través de los dispositivos portátiles (celulares y tabletas) o para que sean escuchados en tiempo real “mediante el podcast, pero siempre avanzando hacia la fragmentación de esos audios, en busca de satisfacer de forma más certera los gustos de los consumidores de contenido digital” (Marta-Lazo, 2014).

Evaluar los contenidos de la parrilla de programación de las emisoras independientes y universitarias online de la ciudad de Bucaramanga, con el fin de medir el rango de importancia que estas le otorgan a lo educativo y cultural, resultó

supremamente importante, porque se pudo conocer de primera mano, que dadas las condiciones en la que trabajan estos Productores y/ Directores es momento de proponer contenidos que permitan estructurar un medio en el que se reafirmen las identidades juveniles y la promoción de las distintas formas de pensar, actuar y ser.

De igual manera, hay que decir que esta evaluación, también contribuyó a que se especificara la naturaleza de las propuestas radiales bajo la modalidad Online, para generar la creación y el fortalecimiento de nichos y franjas juveniles, que permitieran identificar plenamente el rango de una audiencia, que definiera el espectro a quien debe ser dirigida dicha programación.

Lo anterior se consiguió, evaluando y caracterizando los alcances de lo Educomunicacional y lo cultural, mediante el análisis que propició el conocer de cerca la programación, y las maneras de interactuar de las emisoras Online visitadas, lo que permitió dimensionar en su exacta categoría, la importancia de mantenerlas y estimularlas en ruta y espiral ascendente a través de la programación de temas educativos a insertarse en la parrilla de programación de estas emisoras, buscando ante todo, estar acorde con las necesidades de un medio que debería responder a las exigencias de un público que pide no solo rigidez en los contenidos, sino divertimento, al mismo tiempo que información variada.

El mejor método para responder a este entorno, podría estar en las propias universidades quienes, a través de sus emisoras, pueden abrir una opción de práctica y

aprendizaje para sus estudiantes en el que van a tener una experiencia profesional guiada desde la academia, un espacio propicio para que los jóvenes de la universidad trabajen con la comunidad y cubran eventos dentro y fuera de la institución.

Recomendaciones

Partiendo de lo anterior, habría que homologar la Radio Online independiente que se hace en Bucaramanga desde lo público y los privados, con el concepto de la radio universitaria que se hace en Colombia, qué, dicho sea de paso, ha perdido su esencia, por lo que se pide de manera urgente, que se analice y se busque su reinvención inmediata, sino se quiere que esta propuesta desaparezca del panorama de consumo radial entre su propia comunidad.

De allí que se sugiera reinventarse, para proponer nuevos formatos y estilos que permitan llevar las aulas de clase a la programación, desmitificando el lenguaje científico y acercándose a los jóvenes, convirtiéndose de este modo en una radio para todos. Se puede afirmar que la radio universitaria, los comunicadores e incluso los propios estudiantes se encuentran ante uno de los mayores desafíos, causado por la evolución tecnológica.

La radio Online en cambio, debe recuperar sus momentos de mayor esplendor para mezclar, aprovechar y explotar la experiencia, sabiduría y conocimiento de quienes hoy hacen parte de la este tipo de formato, haciendo un tipo de radio vital e interactiva a través de la propuesta de nuevos contenidos y formas de hacer radio, apartándose de lo convencional, utilizando la tecnología que ofrece la virtualidad, para que no siga siendo consumida por una inmensa minoría dentro y fuera de los campus universitario, sino para la gran mayoría de oyentes y ciber-oyentes de Colombia y el mundo.

El ejercicio de hacer radio online, debe estar dirigido a generar propuestas bajo un lenguaje juvenil que, desde su forma y fondo, se desarrollen para divertir, informar, educar y establecer un marco inviolable de respeto por las diferencias. Quien escucha la radio hoy es, más que un oyente, un colega y un amigo, pues gracias a la tecnología actual cada oyente puede ser una emisora en potencia, que replica en otros sus beneficios.

Las emisoras Online de Bucaramanga, deberían incluir en su parrilla de programación franjas de información académica especializada sobre temas puntuales de las diversas carreras universitarias que ofrece la ciudad, animada y respaldada por expertos.

Como se explica en las bases teóricas, no sólo es importante que las *radios online independientes y universitarias* cuenten con una mayor audiencia a como dé lugar, sino que también colaboren con el desarrollo de la comunidad universitaria y de la colectividad en general bumanguesa a través de este tipo de programas.

Referencias

- Barbeito, M. L. (2000). *La Radio, un medio publicitario infravalorado. En la Publicidad en la radio. VI Jornadas de Comunicación Social*. Universidad de Vigo. Pontevedra.
- Barrios, R. G. (2012). “Análisis de la Radio Escolar y su Aporte a la Construcción de Ciudadanía en las Instituciones Educativas Oficiales del Distrito de Cartagena. Fundación Universidad del Norte Barranquilla. Obtenido de <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/7374/Analisisdelaradio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Campos Freire, F. (. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. . *Latina de Comunicación Social*, 11(63).
- Catalán, M. ((2015)). “La radio escolar digital y su aporte al aprendizaje en la asignatura de Lenguaje y Comunicación en el Colegio Altazor” Pontificia Universidad Católica de Chile. Obtenido de <file:///C:/Users/OLGA%20MURCIA/Downloads/36120-1-130717-2-10-20160116.pdf>
- Catalina, Á. A.-C. (2015). “Radio y Cultura: Una Propuesta de Radio Ciudadana en Internet”. Obtenido de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/4624/html>.
- Cebrián Herreros, M. (2008). “La Radio Por internet” . La Crujía Ediciones.
- Cebrián, H. M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- Espino Narváez, C. &. (2012). *Las radios universitarias Online, más allá de la radio*. . Barcelona: Editorial UOC.
- Forero Santos, J. A. (2018). *La Radio La recepción, las audiencias, los hábitos de consumo y la producción de contenidos*. Obtenido de http://www.ucm.edu.co/wp-content/uploads/2018/10/la_radio.pdf
- García Gago, Santiago (2010). “Manual para radialitas analfatécnicos”. Ecuador: UNESCO.

- Gaviria, G. (2001). *“La radio universitaria en Colombia”*. Bogotá: Revista P&M.
- Gómez Heras, J. M. (2001). *Explicación y comprensión. Diccionario de hermenéutica*. 3ª. Universidad de Deusto.: Bilbao.
- Higuera, B. (2006). *El trabajo de campo: la antropología en acción*. Universidad Autónoma de Quintana Rod. Editorial Plaza y Valdez.
- J., R. S. (2003). *Paradigmas, enfoques y métodos en la investigación educativa. I*. Investigación Educativa. Vol 7 N°. 12.
- López, I. J. (2010). *Radios Online / manual de Radialistas / pág.18*. Obtenido de <https://www.aciprensa.com/ntradio/>
- Marta-Lazo, C. &. (2014). Investigaciones sobre radio universitaria: Presente, pasado y futuro. Edmetic,. *Revista de Educación Mediática Y TIC*, 3(1), 8 – 25.
- Martínez, C. (2011). *Aporte /Unex Edit. / Medios Masivos Ciudad de México /*. Obtenido de www.mediosdecomunicacionmasivosenmexico.com
- Martínez-Costa, M. d. (2016). *La Radio en busca de su audiencia: Hacia una Escucha Diversificada y Multiplataforma1. (Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación, Departamento de Proyectos Periodísticos Pamplona, España*. Obtenido de <https://www.scielo.br/pdf/interc/v40n3/1809-5844-interc-40-3-0109.pdf>
- Mauricio, L. P. (2016). *“Implementación de una radio on-line para fortalecer los procesos comunicativos, educativos y culturales de las y los estudiantes de la carrera de informática”*. Universidad Central del Ecuador facultad de filosofía, I. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6614/1/T-UCE-0010-1076.pdf>
- Orihuela, J. L. (2015). *Los medios después de internet*. . Barcelona: Editorial UOC.
- Pineda, M. (. (2011). *Nuevas aproximaciones teóricas de la comunicación en un entorno posmoderno. Portal de La Comunicación InCom-UAB*. . Obtenido de http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/66_esp.pdf
- Pontificia Universidad Bolivariana. (2004). *“historia de la radio en Colombia”*. Cali.
- Sánchez, M. y. (2002). *“El trabajo de campo como estrategia metodológica para la enseñanza de las Ciencias de la Tierra”*. Boletín Multidisciplinario. . Caracas.: Fundación CENAMEC. .

- Simón, H. (2007). *La racionalidad limitada de la Radio On Line como moduladora de las Ciencias de Diseño En: W. González, ed., Las Ciencias de diseño: racionalidad limitada, predicción y prescripción*,. Obtenido de <http://ruc.udc.es/bitstream/2183/11880/2/9788497452120.pdf>
- Souza, M. (2010). *Los conceptos estructurales de la investigación cualitativa. El Diálogo de Saberes*. . Uninorte. Barranquilla.
- Tamayo y T., M. (2004). *Proceso de la Investigación Científica. (4ta Edición)*. . México: Limusa.
- Toffler, A. (2009). *De la cibernética al estudio de las comunicaciones digitales*. . México, D.F. : McGraw Hill Interamericana editores, S.A. de C.V.
- Torres Gordillo, J. J. (2009). "Cálculo de la fiabilidad y concordancia ente codificadores de un sistema de categorías para el estudio del foro online en E-learning". . *Revista de Investigación Educativa, vol. 27, núm. 1*.
- Zepeda, A. S. (2016). *Obtenido de studylib*: . Obtenido de <https://studylib.es/doc/5801379/-laevoluci%C3%B3n-de-la-radio-y-la-influencia-de-las-nuevas-t...>

Anexo 1

INSTRUMENTO APLICADO A LOS PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA
PARTICIPANTES: ESTACIONES RADIALES ON LINE DE LA ZONA DEFINIDA.

1	2	3	4	5
SI	NO	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO

ENCUESTA

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	¿Cree que las dinámicas empleadas por la Radio Online en Bucaramanga desde 2020 a la fecha, responden a una intención educativa y cultural?					
2	¿Está de acuerdo, con que el influjo de la Radio Online independiente, universitaria y publica en Bucaramanga ha cumplido con su misión de ser una alternativa y una guía orientadora para la comunidad?					
3	¿Considera Ud. como Productor/Director de Radio Online, que la oferta de su parrilla de programación, consulta las necesidades educacionales y culturales de su audiencia?					
4	¿Se ha sentido tentado como Productor/Director de Radio Online, salirse del esquema que se espera de este formato y buscar comercializar algunas franjas de su programación?					
5	¿Estaría Ud. en total acuerdo, de que el MINTIC diera algunas licencias que permitieran comercializar espacios de su programación?					
6	¿Estaría de acuerdo con que el MINTIC reglamentara su libertad de autodeterminar la parrilla de programación que su emisora le ofrece a su audiencia?					
7	¿Cree que este tipo de formato radial, cumple a cabalidad con su papel de orientador de la opinión y formador de juventudes, mediante una programación diseñada para una audiencia culta?					
8	¿Está de acuerdo o en desacuerdo, que exista competencia entre las emisoras On Line de la ciudad, a sabiendas de que una audiencia se cautiva es con programación y no con estrategias comerciales?					

9	¿Estaría de acuerdo que existieran en Colombia, requisitos más estrictos para acceder a una franja radial Online, para evitar operadores/directores que no tengan como misión y visión, contribuir con lo educacional y cultural a través de su emisora?					
10	¿Considera posible una unión de los Productores/Directores de las emisoras Online de la ciudad, para que, de común acuerdo, generen una parrilla de programación concertada a fin de no ofrecer todos lo mismo?					

Anexo 2

1° ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA	
PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.	
Fecha de entrevista:	Julio14/2021
Radio Online:	Folklore Radio
Entrevistado:	Martin Parra
Cargo:	Productor
INTRODUCCIÓN	
<p>La radio es el medio de difusión más personal para el oyente. La importancia de la radio como medio de comunicación, está centrada en lo que la radio representa en su propia naturaleza. Este medio de difusión tiene un alcance mayor que cualquier otro medio, puesto que llega a todas las clases sociales.</p> <p>En este sentido, la radio ha sido un medio de comunicación superviviente a lo largo de la historia y en la actualidad, está dando prueba de ello. Hablamos de la radio, que, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías y el entorno online, vive un segundo aire, ya que cada vez, son más los oyentes por internet. La comodidad de escucharla en cualquier sitio y a la hora que se quiera, junto con la variedad de contenidos, son las razones por las que los oyentes eligen escuchar la radio de forma online.</p> <p>En este conversatorio, tipo entrevista, mediante preguntas semiestructuradas, se ventilarán temas, que tocan de cerca la creciente importancia de transmitir online a través de radio por streaming, que es un fenómeno que no responde a una única causa, sino a múltiples factores que no siempre se conocen en detalle.</p> <p>En cualquier caso, desde el descubrimiento de las ondas electromagnéticas durante el siglo XIX a los podcasts del siglo XXI, la radiofonía siempre ha provocado una irresistible atracción en los oyentes.</p> <p>Gracias a los dispositivos tecnológicos y el acceso al ciberespacio, actualmente este medio de comunicación se encuentra completamente renovado y ya transita lo que, para muchos especialistas, constituye el inicio de una nueva edad de oro de la radio.</p>	
PREGUNTAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué ha significado para Uds. la Radio Online? 2. ¿Qué tanto ha incidido la ciberradio en la cultura educacional de los jóvenes consumidores de la radio online? 	

3. ¿Creen que la radio Online cumple con su misión educacional y cultural que se supone ella debe tener?
4. ¿Es importante para Uds. mantener una parrilla de programación eminentemente cultural o coquetean con los magazines y las noticias?
5. ¿Siendo la Radio Online dinámica por naturaleza, por qué no ha sido capaz de generar aprendizajes desde lo estrictamente educacional?
6. ¿Qué diferencias hay entre la radio convencional y la Radio digital u Online?
7. ¿Qué se requiere para hacer radio, que le sirva tangiblemente a la sociedad?
8. ¿Hay programaciones en radio online, que pudieran sentirse como radios dictatoriales?
9. ¿Existe un interés social en los productores de radio online, de crear estructuras educomunicacionales, que abonen el sendero para las nuevas experiencias radiales digitales?
10. ¿Qué tipo de responsabilidad le cabe a una estación radial online, en relación con la realidad social del país?
11. ¿Por qué las Facultades de Comunicación Social, no forman en marketing digital?
12. ¿Según Uds. por qué creen que el Mintic no ha regulado de manera concreta, la presencia institucional de las Radios Online?

RESPUESTAS

1. Para Folclor Radio, que es la estación que yo dirijo y que produzco desde Canadá, la radio online ha sido el mejor pretexto, para difundir un estilo de periodismo oral digital, que sin reñir con la radio convencional, modifica un poco la costumbre de oír una radio más libre y liberal en cuanto gustos y programación.
2. Hay una idea bien equivocada en lo que a mí respecta, es que se ha creído que la Radio Online, tiene una misión cultural y educacional y esos no es cierto. Este tipo de radio llegó como lo dije anteriormente, para divertir y disipar los estragos del día a día.
3. Es por eso que en Folclor Radio, no hacemos nada distinto que programar música. Para educar están las facultades de educación superior.
4. Quien se ocupe desde una emisora de intentar educar, hacer magazines y noticieros, debería compra una emisora comercial o convencional. Insisto, ese papel no le corresponde a la Radio Online.
5. Creo, que con la anterior respuesta, está sentada mi posición personal sobre la misión que debe cumplir este tipo de radio en el gusto de nuestros oyentes.
6. En el fondo, la radio que se hace desde lo convencional, es la misma. Si bien en lo formal, la diferencia la determina la técnica a la que acuden, la intención y la formalidad con la que se ejerce, esta asignada con intert4s menos trascendentales
7. He dicho que la radio digital u online, fue pensada para divertir y no para educar; mientras lo convencional, su misión es la de informar y tras de este servicio, lucrarse con él.

8. Para hacer radio Online, en Colombia solo se necesitan ganas y tener el mínimo equipo que se lo permita a quien decida hacerlo.
9. No se puede hablar de dictadura en la radio digital. Cada productor, programa lo que su criterio y gusto personal le plazca. El oyente que sabe que una emisora online como la mía, sólo programa música del mundo, tiene la libertad de sintonizarme o no hacerlo. Así de sencillo, El término dictatorial, para mi gusto, no es afortunado.
10. Puedo decirlo con certeza, ningún productor funda una emisora online, con la cerrera misión de hacer educación y cultura con ella. Eso no es competencia de la radio online.
11. Vuelvo y repito: ninguna. Para responsabilidades las emisoras del Estado o las comerciales, cuando arriendan sus espacios con ese fin.
12. Ninguna Universidad que ofrezca Comunicación Social forma en marketing digital. A lo sumo echan una carreta sobre el tema a modo de información. No les interesa, porque saben que eso no da plata.
13. Mientras que al Estado no se le afecten sus frecuencias comerciales, poco le ha interesado meter en cintura a las radios online, porque sienten que este tipo de emisoras, son solo extensiones digitales de las redes sociales.

2° ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA

PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.

Fecha de entrevista:	Julio 14/2021
Radio Online:	Radio Santander
Entrevistado:	Elbert Suárez
Cargo:	Productor-Periodista

PREGUNTAS

1. ¿Qué ha significado para Uds. la Radio Online?
2. ¿Qué tanto ha incidido la ciberradio en la cultura educacional de los jóvenes consumidores de la radio online?
3. ¿Creen que la radio Online cumple con su misión educacional y cultural que se supone ella debe tener?
4. ¿Es importante para Uds. mantener una parrilla de programación eminentemente cultural o coquetean con los magazines y las noticias?
5. ¿Siendo la Radio Online dinámica por naturaleza, por qué no ha sido capaz de generar aprendizajes desde lo estrictamente educacional?
6. ¿Qué diferencias hay entre la radio convencional y la Radio digital u Online?
7. ¿Qué se requiere para hacer radio, que le sirva tangiblemente a la sociedad?

8. ¿Hay programaciones en radio online, que pudieran sentirse como radios dictatoriales?
9. ¿Existe un interés social en los productores de radio online, de crear estructuras educacionales, que abonen el sendero para las nuevas experiencias radiales digitales?
10. ¿Qué tipo de responsabilidad le cabe a una estación radial online, en relación con la realidad social del país?
11. ¿Por qué las Facultades de Comunicación Social, no forman en marketing digital?
12. ¿Según Uds. por qué creen que el Mintic no ha regulado de manera concreta, la presencia institucional de las Radios Online?

RESPUESTAS

1. En lo personal ha significado una gran revolución tecnológica, porque con este medio, por demás económico, hoy se llega a muchas más personas que con la Radio convencional.
2. Bueno, habría que decir que este medio de difusión radial digital, es el nicho comunicacional que ha revolucionado el gusto de los centenials y los mileniums, aunque a menor escala hay una franja de las generaciones anterior que consumen radio digital, sobre todo en aquellas estaciones, que se sienten agradecidos por las bondades de la ciberradio.
3. Coincido con el Maestro Parra, yo también creo que esa no es la función misional de la radio Online.
4. Quiero ser reiterativo. No creo que se tenga que hacer cultura y educar a nadie desde una parrilla de programación, Esta fluye, porque coincide con el gusto del productor, cuando programa franjas especiales que tienen a su vez, sus oyentes cautivos.
5. La respuesta a esta pregunta es obvia: no genera aprendizajes, porque no ha buscado ser fuente de conocimientos de nadie.
6. El dinero es la máxima diferencia. Los dueños de emisoras convencionales viven de la pauta y los de la Radio Online, no contemplan el ánimo de lucro como motivación para hacerla.
7. Si algún productor quisiera hacer radio Online para educar, llenaría su programación con radiofaros, conversatorios o conferencias. Realmente, no es esa la intención.
8. No sé amigo Alirio, que esperas que responda a esa pregunta. Las dictaduras me suenan a imposición y en la radio Online por su naturaleza libre, a nadie se le impone nada.
9. Que yo sepa, no hay ningún interés de crear estructuras educacionales como tú las llamas. Solo hacer radio para divertir y congregarse en torno a una programación concebida por su dueño, nada más.
10. Mientras no se tenga claro, que lo digital es simplemente un formato de difusión de un contenido, ninguna responsabilidad distinta de la aquí sostenida, le cabe a quien haga radio online.

11. Estoy casi seguro, que las Universidades no pierden el tiempo con este tipo de currículos, porque saben que sería como arar en el desierto. La radio Online no admite publicidad pagada, por lo que aquello del Marketing sobra.
12. El Mintic mientras no vea que se comercializan las radio Online, no le cae encima a su ejercicio,

3° ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA

PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.

Fecha de entrevista:	Julio 14/2021
Radio Comercial:	Blue Radio
Entrevistado:	Camilo Andrés Poveda
Cargo:	Periodista-Locutor

PREGUNTAS

1. ¿Qué ha significado para Uds. la Radio Online?
2. ¿Qué tanto ha incidido la ciberradio en la cultura educacional de los jóvenes consumidores de la radio online?
3. ¿Creen que la radio Online cumple con su misión educacional y cultural que se supone ella debe tener?
4. ¿Es importante para Uds. mantener una parrilla de programación eminentemente cultural o coquetean con los magazines y las noticias?
5. ¿Siendo la Radio Online dinámica por naturaleza, por qué no ha sido capaz de generar aprendizajes desde lo estrictamente educacional?
6. ¿Qué diferencias hay entre la radio convencional y la Radio digital u Online?
7. ¿Qué se requiere para hacer radio, que le sirva tangiblemente a la sociedad?
8. ¿Hay programaciones en radio online, que pudieran sentirse como radios dictatoriales?
9. ¿Existe un interés social en los productores de radio online, de crear estructuras educomunicacionales, que abonen el sendero para las nuevas experiencias radiales digitales?
10. ¿Qué tipo de responsabilidad le cabe a una estación radial online, en relación con la realidad social del país?
11. ¿Por qué las Facultades de Comunicación Social, no forman en marketing digital?
12. ¿Según Uds. por qué creen que el Mintic no ha regulado de manera concreta, la presencia institucional de las Radios Online?

RESPUESTAS

1. Bueno no tendría mucho para decir, porque hago radio convencional. Pero, sí ha sido una experiencia valiosa para los que les gusta este tipo de formato.

2. Hay una pléyade de jóvenes, la mayoría estudiantes universitarios que se han vuelto adictos a este tipo de radio y en ese sentido, se podría decir que la ciberradio llegó para quedarse en el gusto de los jóvenes.
3. También yo coincido con mis compañeros de panel. No existe ninguna acción Educomunicacional en la radio que se hace Online, a no ser de qué estemos hablando de Radios comunitarias.
4. En Blu Radio no hacemos radio cultural. Somos una emisora eminentemente comercial que vive de la pauta y en compensación a ella, informamos, damos noticia y abrimos canales de opinión. Dichos espacios dentro de la programación generan rating y con él, más pauta. No hay espacios para crear franjas de aprendizaje.
5. Por lo dicho anteriormente.
6. Las diferencias las marca el lucro. En la primera fórmula, el dinero es lo principal y en la segunda lo es la audiencia.
7. Para hacer radio Online solo se requiere equipos, modestos en costo y número por cierto y una muy buena razón para querer hacerla.
8. También coincido con mis compañeros. No existe dictadura en la radio, sea cual fuere su formato. La dictadura se da cuando se imponen cosas. La audiencia en los dos casos es una expresión volitiva del oyente.
9. La radio Online no está obligada a programar, pensando en enseñar nada, solo divertir.
10. No puede haber interés social en la radio online, cuando a su vez no hay interés económico. Cuando se crea una responsabilidad, nace una obligación y esta se le debe a la conciencia con la que se hace una labor. En el caso de las radios online, al no haber exigencia económica, no hay obligaciones con nadie.
11. Que yo sepa, el Marketing digital, no sirve para nada. Es muy útil en la radio comercial, sin él, la emisora muere, aunque no sería Marketing digital, sino comercial publicitario.
12. El Ministerio de las Comunicaciones no interviene las radios online, porque no le representa competencia para la radio comercial, que es la que paga onerosos impuestos.

4° ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA

PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.

Fecha de entrevista:	Agosto 10/2021
Radio Online Independiente:	Portal FM

Entrevistado:	Marcos Perales Mendoza
Cargo:	Periodista-Locutor-P
PREGUNTAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1 ¿Qué ha significado para Uds. la radio online? 2 ¿Qué tanto ha incidido la ciberradio en la cultura educacional de los jóvenes consumidores de la radio online? 3 ¿Creen que la radio online cumple con su misión educacional y cultural que se supone ella debe tener? 4 ¿Es importante para Uds. mantener una parrilla de programación eminentemente cultural o coquetean con los magazines y las noticias? 5 ¿Siendo la radio online dinámica por naturaleza, por qué no ha sido capaz de generar aprendizajes desde lo estrictamente educacional? 6 ¿Qué diferencias hay entre la radio convencional y la radio digital u online? 7 ¿Qué se requiere para hacer radio, que le sirva tangiblemente a la sociedad? 8 ¿Hay programaciones en radio online, que pudieran sentirse como radios dictatoriales? 9 ¿Existe un interés social en los productores de radio online, de crear estructuras educomunicacionales, que abonen el sendero para las nuevas experiencias radiales digitales? 10 ¿Qué tipo de responsabilidad le cabe a una estación radial online, en relación con la realidad social del país? 11 ¿Por qué las facultades de comunicación social, no forman en marketing digital? 12 ¿Según Uds. por qué creen que el Mintic no ha regulado de manera concreta, la presencia institucional de las radios online? 	
RESPUESTAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1 Bueno es un cambio, sentimos que nos están escuchando por fuera del país, e indirectamente le sirve al país debido a que se hacen cosas buenas, se crica y se resalta lo positivo. 2 Considero que hace más conciencia en la juventud para que los programas de índole cultural tengan buena acogida en esta franja juvenil. 3 Digo que la juventud poco, pero la gente de mayor edad si tiene una diferencia clara lo que es cultural y lo que no es, desde Portal FM, hemos estado insistiendo poco apoco en lo cultural 4 Es importante tener de todo un poco, Portal FM es eminentemente noticiosa y también tenemos otros programas de índole cultural musical. 5 Precisamente por lo dicho anterior mente, consideramos que a una gran franja juventud poco les interesa lo cultural, pero estamos insistiendo que ojalá esto cambie para bien de ellos y por ende para la formación de los futuros dirigentes de la nación 6 La radio en línea es más global, radio convencional es más local o nacional si se quiere decir, de ahí que el comercio local poco apoye a este tipo de radio en línea debido a que sus productos les interesan que se pauten a nivel local para poderlos comercializar. 	

- 7 La radio en cualquier formato le debe servir a la sociedad y claro también depende de la formación en lo académico de quienes están al frente de ella para
- 8 No, no creo, que existan radios online dictatoriales, nuestra parrilla de programación siempre está pensada y elaborada para la gente y por sobre todo en la franja de la juventud, estos son los que más utilizan los celulares o equipos modernos de audio y allí estamos nosotros.
- 9 La radio tradicional nos abrió un camino y ahora la radio online toma algunas cosas y le ha dado otra visión a través del internet, la radio online consideró que debe ser obligada a programar pensando en enseñar nada, no solo solo divertir.
- 10 Las responsabilidades deben ser para formatos AM, FM, y a la radio Online, debe ser responsable con lo que se escribe en el libreto, y con lo que se emite al aire, así en la radio la línea no haya una legislación. Primero está la audiencia.
- 11 No le sabría de decir porque no hacen más énfasis en ese sentido del marketing, los nuevos comunicadores salen y silo buscan quien los contrate y no están preparados para hacer empresa y poco las universidades enseñan a ser empresariales al periodista.
- 12 En Colombia nos copiamos de los demás países del mundo donde casi la regulación para la radio en línea no existe, creo que en Holanda donde casi ya no existen las frecuencias del FM están casi todas por internet, en América no existe tal regulación, al parecer esa reglamentación está en camino en el parlamento, no sabemos que se regule hasta donde sea posible y como el internet es mundial tendría que ponerse de acuerdo todos los países

5° ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PRODUCTORES/DIRECTORES DE RADIO ONLINE DE BUCARAMANGA

PROYECTO: ANÁLISIS SOBRE LA RADIO ONLINE, INDEPENDIENTE, UNIVERSITARIA Y PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LO EDUCACIONAL, LO SOCIAL Y CULTURAL EN BUCARAMANGA, SANTANDER.

Fecha de entrevista: Septiembre 10/2021

Radio Comercial: La Cultural 100.7 del FM

Entrevistado: Alejandra Sandoval

Cargo: Periodista-Locutor-Coordinadora general

PREGUNTAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1 ¿Qué ha significado para Uds. la Radio Online? 2 ¿Qué tanto ha incidido la ciberradio en la cultura educacional de los jóvenes consumidores de la radio online? 3 ¿Creen que la radio Online cumple con su misión educacional y cultural que se supone ella debe tener? 4 ¿Es importante para Uds. mantener una parrilla de programación eminentemente cultural o coquetean con los magazines y las noticias? 5 ¿Siendo la Radio Online dinámica por naturaleza, por qué no ha sido capaz de generar aprendizajes desde lo estrictamente educacional? 6 ¿Qué diferencias hay entre la radio convencional y la Radio digital u Online? 7 ¿Qué se requiere para hacer radio, que le sirva tangiblemente a la sociedad? 8 ¿Hay programaciones en radio online, que pudieran sentirse como radios dictatoriales? 9 ¿Existe un interés social en los productores de radio online, de crear estructuras educomunicacionales, que abonen el sendero para las nuevas experiencias radiales digitales? 10 ¿Qué tipo de responsabilidad le cabe a una estación radial online, en relación con la realidad social del país? 11 ¿Por qué las Facultades de Comunicación Social, no forman en marketing digital? 12 ¿Según Uds. por qué creen que el Mintic no ha regulado de manera concreta, la presencia institucional de las Radios Online? 	
RESPUESTAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1 Bueno para la estación Online de la cultural de Bucaramanga significa que hemos aumentado en número significativo de oyentes ya que nos pueden escuchar no solo en toda Colombia sino en otros países y como estación cultural podemos extender el intercambio formativo. 2 Nosotros informamos y generamos entretenimiento, y para la gente joven tenemos programas espaciales en los cuales allí impartimos de estos programas un alto contenido educacional para ellos. 3 Claro si responde y obedece a la misión educacional a través de los contenidos que emitimos por medio de los diferentes formatos que formulamos. 4 Claro que si, como ya le decía nuestro lema es informar, entretener y educar con una parrilla las 24 horas y por sobre todo buscando una interacción con el público. 5 Consideramos que, si estamos generando procesos de aprendizaje en Bucaramanga como le decía, con unos programas que van dirigidos para niños y para adolescentes, además informamos de una manera pedagógico mediante el debate y el análisis. 	

- 6 En la radio convencional tenemos un público específico, la radio digital nos ha permitido a demás hacer contenidos quizá más universales si se podría decir que se complementan.
- 7 Se necesita de un equipo de profesionales con conocimiento de su ciudad y claro con unas sapiencias académicas para que realicen contenidos con los que el público pueda estar demandando.
- 8 No, somos variados en la información, contamos las historias de gente, cultura ciudadana y el tema institucional
- 9 En la estación tenemos un Manual de estilo de lo que debe ser la radio pública, ese es como el libro que nos guía, consideramos que si cumplimos con ese parámetro.
- 10 La responsabilidad social es la que nos rige, atisbar todos los puntos de vista, discutir los temas del estado, los temas académicos e investigativos.
- 11 Creo que algunas de las facultades tocan este tema de una manera en mayor o menor proporción.
- 12 Considero que hace falta la regulación, podría estar de acuerdo, aunque deben existir algunos parámetros internacionales que vayan dirigidos rigiéndose en unos estándares de calidad en la información.