

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN

# LA PEÑA CULTURAL:

---

## Modelo de radio ciudadana en internet

Investigación para optar al título de magíster en comunicación

12/08/2014

Por:

Sandra Catalina Vásquez Carvajal

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
<b>PROYECTO</b>	
Presentación	1
El problema	2
Justificación	3
Objetivos	4
Marco referencial	5
Conceptos referenciales para este proyecto	5
Marco metodológico	7
Ruta metodológica	9
Resultados esperados	10
<b>MARCO REFERENCIAL</b>	
Marco conceptual: ciudadanía	11
Una primera dimensión del ciudadano	11
Globalización y ciudadanía posmoderna	17
Marco conceptual: promoción cultural	22
Marco histórico	29
Un abre bocas	29
Radio Sutatenza: modelo de educación ciudadana	30
HJCK: la emisora de los intelectuales	33
Radios Ciudadanas: espacios para la democracia	37
Marco tecnológico: la radio en internet	42
A modo de contexto	42
Cómo funciona el streamcasting de audio	44
Cómo funciona el podcasting	46

Radio en internet: plataforma multimedial	46
Reflexión final al marco referencial	51
<b>FASE I</b>	
<b>Introducción</b>	57
<b>Capítulo 1</b>	
Acerca del uso del método etnográfico	59
Caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia	60
El rastreo	60
Emisora Acústica de la Universidad Eafit	65
Emisora Señal Radio Colombia	67
Emisora Uniminuto Bogotá de la Corporación Universitaria	
Minuto de Dios	69
Emisora Cámara de Comercio, programa en convenio con el Museo de Antioquia	71
Emisora UN Radio de la Universidad Nacional	72
Emisora Altaír de la Universidad de Antioquia	73
Emisora UFPS Estéreo de la Universidad Francisco de Paula Santander	76
El cuestionario	78
Ficha de contenido #1	83
Resultados de la aplicación	84
<b>Capítulo 2</b>	
Verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva	97
El cuestionario	100
Ficha de contenido #2	108
Resultados de la aplicación	110

## **FASE II**

### **Capítulo 3**

Acerca del uso del método aplicado	123
Definición de los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva	124
El cuestionario	126
Ficha de contenido #3	129
Resultados de la aplicación	130
Componentes definidos a partir de los resultados	143

## **FASE III**

<b>El modelo</b>	144
Misión	144
Objetivo	144
Principios	144
<b>Componentes radiales</b>	146
La plataforma	146
Redes sociales	146
Chat	148
Video	148
Galería	148
Artículos	148
Los programas	149
El formato magazín	149
Géneros	150
Los productores	152
<b>Contenidos</b>	152
<b>Línea editorial</b>	153
<b>Y ¿para qué tipo de emisoras es?</b>	154

<b>Conclusiones</b>	156
<b>Anexos</b>	
Anexo 1	161
Anexo 2	162
Anexo 3	163
Anexo 4	164
Anexo 5	165
Anexo 6	184
Anexo 7	195
<b>Bibliografía</b>	198

 <b>UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN</b>	<b>UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN</b>		Actualización		
	<u>Maestría en Comunicación</u>		Día	Mes	Año
	<i>Proyecto del trabajo de investigación para optar al título</i>		06	06	2014
<b>Título completo del proyecto</b>	“La Peña Cultural”: modelo de radio ciudadana en internet basado en investigación				
<b>Línea de investigación del programa en la cual se inscribe el proyecto: <i>Público, Político y Privado.</i></b>					
<b>Estudiante investigador principal</b>	Sandra Catalina Vásquez Carvajal				
<b>Documento de identidad</b>	43.222.469				
<b>Duración del proyecto (en meses)</b>	12 meses				

**Presentación:**

El siguiente trabajo de investigación se realiza partiendo de la hipótesis de que un modelo de radio en internet<sup>1</sup> desde la promoción cultural, puede contribuir a la formación de ciudadanía reflexiva. Este problema se abordará desde el modelo de investigación cualitativa, que según (Galeano, 2011) establece que “la realidad social es el resultado de un proceso interactivo en el que participan los miembros de un grupo para negociar y renegociar la construcción de esa realidad”. Para ello, adopta marcos de referencia desde una perspectiva socio-crítica y, uno metodológico desde la etnografía participante con corte aplicado. Se ejecutará a partir de la recolección de datos documentales y sonoros, que analizados desde la teoría y la experiencia de quien investiga, arrojarán sus conclusiones.

Los resultados se presentarán en un informe escrito que dará cuenta de dos fases de ejecución para la recolección y análisis de datos y, una tercera fase que establecerá un modelo de radio en internet, que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía.

---

<sup>1</sup> Expuesto en el marco conceptual, el término -radio en internet- es tomado para este proyecto como la forma en que los recursos radiofónicos son usados en la web para transmitir y alojar contenidos sonoros.

**El problema:**

**¿Cómo un modelo de radio en internet, desde la promoción cultural, contribuye a la formación de ciudadanía?**

La radio en internet se ha configurado como una herramienta multimedial cuyos componentes: redes sociales, podcast, chat, canales de video y nuevas formas comunicativas “se optimizan en la interactividad con el receptor, quien pasa de ser un agente pasivo a ser un agente activo en el proceso de comunicación (García González, 2010)”. Un modelo de radio en internet contribuiría a la formación de ciudadanía, al ser un instructivo para el medio que propiciaría la producción de contenidos por parte de quienes, en el modelo tradicional, serían los receptores de los mismos. En palabras de (Sánchez Torres, 1994) sería un canal apropiado para la participación y “su multiplicación permite la combinación de formas directas e indirectas de intervención ciudadana”.

Este modelo tendrá que comprender los elementos de la radio en internet y los contenidos que algunas radios<sup>2</sup> desarrollan, para caracterizar, bajo el concepto de ciudadanía reflexiva, unos componentes que desde la promoción cultural, contribuyan a su formación. Es pensar entonces, que un modelo de este tipo, con las características que posee la radio en internet y por medio de la promoción cultural desde las experiencias, tradiciones y costumbres, daría cabida a la participación activa en la producción de contenidos de los que tengan acceso a él y en esta nueva era, “uno de los retos es la formación o el desarrollo de ciertas competencias – cognitivas, comunicativas, sensibles, culturales – para actuar no sólo profesionalmente en la era de la información sino para generar un verdadero empoderamiento (Valderrama, 2004)”.

---

<sup>2</sup> La muestra de emisoras y programas seleccionados para desarrollar la investigación.

**Justificación:**

El verdadero peso de establecer un modelo de radio en internet desde la promoción cultural como el que se propone, es que sus componentes contribuyan a la formación de una ciudadanía reflexiva<sup>3</sup>. Bien se sabe que no sólo evoluciona la herramienta comunicativa, lo hace también el receptor, que se convierte en palabras de (García Gonzalez, 2010) en “una audiencia cada vez más exigente, móvil y saturada de ofertas mediáticas de todo tipo”. En la medida en que esta nueva audiencia requiere diversidad de contenidos, supone también una participación en su elaboración, ya no solo desea ser informada, sino también tener la oportunidad de expresarse con otras informaciones, productos de su constructo, es decir, de su propia realidad. Nada más enriquecedor en un mundo globalizado que la oportunidad de acceder a otras voces y con ellas, a otras perspectivas.

Este trabajo de investigación generará nuevo conocimiento en la caracterización de componentes para establecer un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva. No es la forma en que se exponen los contenidos, es decir, no se trata de la plataforma tecnológica –radio en internet– sino de la forma en la que los ciudadanos podrían converger en un medio de comunicación para producir contenidos que fortalezcan su identidad cultural, o si se quiere, su visión de nación. Es la apuesta por establecer una alternativa a los ya tradicionales modelos, una guía para la comunidad interesada en promover una ciudadanía reflexiva de su entorno, ciudadanía que promueva el patrimonio cultural de su Estado, y cumplir con el objetivo que como académicos dice (Martín Barbero, 2002) se tiene y es el de articular discursos que tejan un relato común.

---

<sup>3</sup> Propuesta por Thiebaut, se trabaja a fondo en el marco conceptual.



Es un reto que se asume desde la academia para rescatar el uso de tecnologías que facilitan la comunicación, como la radio en internet, en pro de reconocer y recuperar el valor real de la promoción cultural de un Estado como el colombiano. Esta realidad cultural sumada a la inminente globalización, supone la pérdida de sus tradiciones y costumbres en el afán transaccional e inmediatez de la información que intercambia con otros, y un modelo de este tipo, fortalecería lo que ha dejado claro (Alcántara, 2008) diferencia a la sociedad digital “por una parte, el bien activo de mayor valor no es un bien material, sino algo tan intangible como la palabra que usamos para comunicarnos, la información; por otra parte, los canales que sirven para transmitir esa información han cambiado radicalmente su topología; ahora tenemos canales distribuidos”.

**Objetivos:**

**General:** establecer un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva.

**Específicos:**

- Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.
- Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.
- Definir los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva.

## **Marco referencial**

**Perspectiva socio – crítica:** contextualización y racionalización del objeto de estudio.

**Marcos:** histórico, conceptual y tecnológico.

Este proyecto de investigación abordará tres marcos comprensivos que serán el universo teórico en el que se mueva “La Peña Cultural”: modelo de radio ciudadana en internet. En este sentido, se hace de un marco histórico que servirá para vislumbrar el fenómeno de la radio en Colombia (implementación, alcances y usos), puesto que ha sido por excelencia, el medio de mayor acceso para la población y aprovechamiento para diversidad de objetivos como el de educar. Un marco conceptual, cuyo propósito es definir el campo de acción de la investigación, es decir que establecerá las miradas de diferentes autores con respecto al fenómeno y a su vez, la de la investigadora, en tanto es su objetivo establecer un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva. Y por último, se hace necesario un marco tecnológico, que desde el soporte mediático, ayude a comprender el mecanismo de funcionamiento de la radio en internet y el por qué, su implementación podría tener alguna ventaja frente a la de otros medios de comunicación que también han hecho apuestas al respecto.

## **Conceptos referenciales para este trabajo:**

*La radio en internet*, es el término atribuido a la transmisión de contenidos sonoros a través de streaming de audio, característica que permite que cualquier persona en el mundo que tenga acceso a internet pueda escucharlos. Este tipo de radio utiliza elementos multimediales que facilitan la versatilidad de sus contenidos, no en vano “en esta nueva etapa de la comunicación, la radio se vuelve visible, adquiere la capacidad de una escucha

asincrónica, bidireccional e interactiva, gana la posibilidad de ser archivada y recuperada, de volverse también texto, mejor dicho, hipertexto dejando el carácter volátil e intersticial que le es propio (Menduni citado por García González; 2010)” de ahí que sus audiencias, ya denominadas digitales, demanden ciertas características en el tratamiento de su información y constituyan en palabras de (Alcántara, 2008) la modificación de los modos en que la arquitectura de transmisión de la información se organiza.

*La promoción cultural*, de otro lado, ha sido objeto de análisis de la UNESCO en tanto dichos bienes y servicios son portadores de valores y sentidos (Rodríguez Barba, 2009). La promoción cultural se encuentra ligada a las políticas públicas, reconociendo la importancia que tienen en la formación de ciudadanos con sentido de pertenencia y participativos de las apuestas artísticas y culturales: “culture impacts upon citizens’ life chances and participatory opportunities within economic and political spheres (Goode, 2010)”. De ahí que el modelo se denomine “La Peña Cultural”, pues “Las peñas promueven el interés del pueblo por su propia cultura, propician espacios donde las personas puedan pregonar su arte, sus expresiones y fomentar el respeto por su identidad y sus antepasados”<sup>4</sup>, es decir que son lugares de encuentro para que los actores, promotores culturales y público en general disfruten de música, poesía, teatro, danza y otras expresiones artísticas, además de permitir la puesta en común de tradiciones y costumbres, que podrían aprovecharse para formar ciudadanía, una que rescate las particularidades de los individuos, pero a su vez, fomente el consenso que en términos de tradición histórica y cultural esté presente en las memorias de los colombianos. En otras palabras, una promoción cultural que sea un compartir de los bienes, productos y servicios que se dan en

---

<sup>4</sup> Recuperado el 22 de noviembre de 2011 de <http://culturapalmares.wordpress.com/about/>

la cotidianidad para su conocimiento, apropiación e intercambio por parte de los ciudadanos.

“La Peña Cultural”: modelo de radio ciudadana en internet basado en investigación, se movilizaría en el campo de la *ciudadanía reflexiva* “el ciudadano es, tiene que ser, un activo sujeto reflexivo, capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción: su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades (Thiebaut, 1998)” en tanto la ciudadanía está en constante construcción de acuerdo con los cambios sociales y culturales “citizenship is perceived as a contingent cultural (narrative) construct (Ivic, 2011)”. Esos cambios sociales son los que indican que no debe ser reducida a la simple noción de ser miembro de un territorio, por el contrario, comprender que es cambiante y se compone de diversas miradas y narrativas como lo afirma (Ivic, 2011) “citizenship is composed of many narratives and different worldviews, it is a dynamic category, which continually changes, and cannot be reduced to membership or a territory”. Sin embargo, no sólo participando se garantiza el verdadero poder de decisión, por eso se recurre al concepto de empoderamiento o creación neta de poder que “incluye el requisito de la participación cívica, pero además comprende los elementos de educación, organización y de desarrollo político de la población” (Pineda Pablos, 1999) para hacer que la comunidad exprese sus particularidades en un intento por generar un discurso común que quede no solo almacenado en un medio de comunicación, sino también difundido para la apropiación de quien acceda a él.

## **Marco metodológico**

**Método:** el método principal será la etnografía participante, pues la etnografía presenta la interpretación problemática del investigador acerca de algún aspecto de la realidad de la acción humana y, en las ciencias sociales no existe conocimiento que no esté mediado por la presencia del investigador. En otras palabras, la etnografía como enfoque no pretende reproducirse según paradigmas establecidos, sino vincular teoría e investigación favoreciendo nuevos descubrimientos. Y desde una segunda perspectiva, la del medio de comunicación, este proyecto se desarrollará desde el método de investigación aplicada, porque “los problemas científicos con un posible sentido práctico, se investigan con base en los descubrimientos de la ciencia básica pura (Bunge, 1999)”.

**Fuentes:** sociología funcionalista, sociología fenomenológica y sociología cultural.

**Metodología:** requiere de la aplicación de técnicas del modelo cualitativo, sin descartar algunas del modelo cuantitativo.

A continuación se referencia la ruta metodológica para la ejecución del proyecto “La Peña Cultural”: modelo de radio ciudadana en internet.

Ruta Metodológica

FASE I – Duración: 5 meses			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	TÉCNICAS	TÁCTICAS
Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.	Rastreo en internet de radios que desarrollen contenidos culturales	<u>Observación estructurada de fuentes documentales</u>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Búsqueda detallada en la web, las radios colombianas, que desarrollen contenidos culturales.</li> <li>Selección de programas de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</li> </ol>
	Registro y sistematización de los componentes de los modelos de radio en internet rastreadas	<u>Observación participante Fichas de contenido</u>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Elaboración de un modelo de ficha de contenido.</li> <li>Sometimiento de los programas seleccionados al cuestionario diseñado.</li> </ol>
	Teorización	<u>Fase I de la investigación</u>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Redacción de un documento - resultado de la caracterización.</li> <li>Generación de teoría de acuerdo a las referencias teóricas y la información analizada. Capítulo 1.</li> </ol>
Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.	Registro y sistematización de los componentes de los modelos de radio en internet rastreadas	<u>Observación estructurada Fichas de contenido</u>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Elaboración de un modelo de ficha de contenido.</li> <li>Sometimiento de los programas caracterizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales al cuestionario diseñado.</li> </ol>
	Comprobar si los programas seleccionados forman ciudadanía reflexiva	<u>Observación participante Análisis comparativo</u>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mecanismos de participación.</li> <li>Modos de participación.</li> <li>Direccionalidad de la información que se publica en el medio.</li> </ol>
	Registro y sistematización	<u>Fichas de contenido</u>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Registro de la información obtenida del análisis comparativo.</li> <li>Generación de resultados de acuerdo a las referencias teóricas y a la información registrada.</li> </ol>
	Teorización	<u>Fase I de la investigación</u>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Redacción de un documento - resultado de la ficha. Capítulo 2.</li> </ol>

FASE II – Duración: 4 meses			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	TÉCNICAS	TÁCTICAS
Definir los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva.	Registro y sistematización de los componentes de los modelos de radio en internet rastreadas	<u>Observación estructurada</u> <u>Fichas de contenido</u>	1. Elaboración de un modelo de ficha de contenido. 2. Sometimiento de los programas caracterizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales al cuestionario diseñado.
	Comparar los componentes de los modelos de radios en internet que desarrollen contenidos culturales y contribuyan a la formación de ciudadanía.	<u>Observación participante</u> <u>Análisis comparativo</u>	1. Categorización de los componentes para un modelo de radio en internet que contribuya a la formación de ciudadanía.
	Registro y sistematización	<u>Memo analítico</u>	1. Registro de la información obtenida del análisis comparativo. 2. Generación de resultados de acuerdo a las referencias teóricas y la información registrada.
	Teorización	<u>Fase II de la investigación</u>	1. Redacción de un documento - resultado de la ficha. 2. Capítulo 3.
FASE III – Duración: 3 meses			
OBJETIVO	ESTRATEGIAS	TÉCNICAS	TÁCTICAS
Establecer un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía.	Presentación del informe final	<u>Informe final</u>	1. Información: Introducción, teorización de las fases I, II y III; categorización de los componentes para establecer un modelo de radio en internet que contribuya a la formación de ciudadanía; conclusiones, anexos y bibliografía.

**Resultados esperados**

Resultado/Producto Esperado	Indicador	Beneficiario
Modelo de radio ciudadana en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía.	Documento de investigación	Comunidad académica y ciudadanos

## **CIUDADANÍA**

Hablar de ciudadanía implica recorrer un camino extenso que comienza en la Grecia Antigua, pasa por la modernidad y llega hasta lo que ahora se denomina posmodernidad. Este proyecto abordará tres momentos históricos en los que el concepto ha tenido diferentes acepciones, momentos que ayudarán a comprender su aparición, evolución y posible práctica en ésta, la era de las sociedades complejas<sup>5</sup>. Más complicado que hacer dicho recorrido, será el establecer el tipo de ciudadanía con la que se modelará “La Peña Cultural”, sin embargo, se determinará una acorde con el proyecto político de 1991<sup>6</sup> y el incremento en el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en Colombia, conceptos que establecerán el sistema categorial con el que se desarrolla metodológicamente este proyecto.

### **Una primera dimensión del ciudadano**

En un primer acercamiento histórico en el que la forma de gobierno que imperaba era la Monarquía, es decir que el poder se concentraba en una sola persona; Aristóteles presenta una primera acepción de lo que caracterizaría al ciudadano. Éste y otros teóricos de la época, limitaron el término de ciudadanía, a aquella participación que se ejerce de acuerdo a unos parámetros que se reducen a la adultez, la pertenencia del hombre a un territorio y su prestación del servicio militar. Eran estas las condiciones mínimas para ser considerado ciudadano-escucha (con voz pero sin voto) de la toma de decisiones públicas que afectaban a su comunidad, en otras palabras, “lo público en Atenas se limitaba a los ciudadanos adultos, excluidos los extranjeros y los esclavos, además de las mujeres (...) la ciudadanía griega se fundamentaba en una obligación primaria: el servicio militar” (Ortiz, Globalización y esfera pública: entre lo nacional y lo

---

<sup>4</sup> Thiebaut, 1998 acuña el término de sociedades complejas en las que actúan sujetos complejos o ciudadanos reflexivos.

<sup>5</sup> Apertura Democrática en la que se establecen mecanismos de participación - Constitución de Colombia de 1991.



transnacional, 2003). Se trataba de un ciudadano pasivo, sujeto sometido a las políticas de un territorio exclusivo en el que dominaba el poder supremo de una élite<sup>7</sup>. Desde esta primera visión, ser ciudadano estaría intrínsecamente ligado a una *identidad* que adopta el individuo de acuerdo al espacio en el que se arraiga y desarrolla sus actividades sociales, culturales y económicas. Además, en este caso particular, también a una limitada participación en la esfera pública que involucraba el desarrollo de ciertas capacidades demagógicas. En esa época se obedecía y recibía lo que quien sustentaba el poder ordenaba y daba. Se asemeja este comportamiento a la definición de un ciudadano súbdito de un poder superior, que en este caso era el monarca. En Colombia, con una diferencia de casi 2000 años, se dio una situación similar –menos extrema– bajo el sustento teórico de la constitución de 1886, en la que “el ciudadano era sujeto pasivo frente a la administración” (Sánchez Torres, Participación ciudadana en Colombia, 1994). Este ciudadano era ante todo un sujeto concreto, territorializado, reconocido, perteneciente a un colectivo determinado y en esas características se basaban su *identidad y sentido de pertenencia*<sup>8</sup>.

El “ciudadano” de esa época (la de Aristóteles) se enmarcaba en las siguientes características puntuales: 1) la ubicación de los sujetos en un determinado espacio o territorio, 2) ser hombre no extranjero, ni esclavo y, 3) en tener la mayoría de edad y poder, para pertenecer a esa élite política que ejercía la dominación sobre los demás. No obstante, esta es una perspectiva de ciudadanía sobre la que no se hará énfasis en este proyecto. Su mención tiene el objetivo de fijar el inicio de una línea espacio-temporal en la que el concepto ha trasegado históricamente y, de comenzar a identificar unas características que la “ciudadanía” ha ido adquiriendo en dicho recorrido histórico.

---

<sup>7</sup> Entiéndase por élite al grupo poblacional de mayor virtuosismo y poder – se hace referencia a las formas de gobierno positivas enunciadas por Aristóteles en “*La Política*”: monarquía, aristocracia y república.

<sup>8</sup> María Teresa Uribe de Hincapié con respecto al ciudadano moderno que se quiso implementar en la Colombia de la constitución de 1886. Ella anuncia una especie de ciudadano al que denominó “mestizo” y por el cuál, no se pudo alcanzar la campaña de nacionalizar el ciudadano concebido en el contrato social de Rousseau.

Por otro lado, la revolución industrial y la entrada en vigencia de la modernidad modifican las formas de poder y de administrarlo, es decir de gobierno, y con ellas evoluciona también el concepto de ciudadanía. Es a partir de la revolución francesa y gracias a autores como Rousseau, que el término es moldeado con base a la idea de que todo individuo tiene derechos y deberes frente a otra figura novedosa denominada Estado, que es el que le da sentido a conceptos como nación y soberanía. Entonces, la modernidad trajo consigo la idea del Estado-nación, un par conceptual que dotaría a la ciudadanía de nuevas y ‘mejoradas’ características “la idea de nación (...) presupone el desdoblamiento del horizonte geográfico, al retirar a las personas de sus localidades para recuperarlas como ciudadanos” (Ortíz, Otro Territorio, 1998). Esta empresa implicó la vinculación de todo individuo en la toma de decisiones públicas, lo que pondría a una ciudadanía ejercida por personas que se identifican con una nación, no sólo por (y sin necesidad de) pertenecer a un territorio, sino por las características culturales y de lenguaje que asimilaba y a las que se adhería, por encima de cualquier definición que se haya tenido anteriormente.

La noción de un *sujeto participativo*, identificado con una cultura específica bajo el lema de “libertad, igualdad y equidad”<sup>9</sup>, supuso todo un tratado que constituiría a la democracia como régimen político. Este camino arduo de recorrer culturalmente, mostraría por qué el poder debía estar también en manos de las fuerzas productivas y no sólo en las élites, rescatando la *identidad*<sup>10</sup> de los sujetos, en lo que Habermas 1998, advierte como el desarrollo de la democracia y hace énfasis en que tal desarrollo “pasa por descubrir y generar los mecanismos que

---

<sup>9</sup> Características consignadas en el Contrato Social, obra en la que Rousseau le da sentido al concepto de ciudadano moderno.

<sup>10</sup> Identidad no solo se refiere a la denotación concreta o a la definición que indica a un individuo, sino que se refiere también a los contextos sociales lingüísticos y culturales en los que aquella identidad le es asignada a alguien (y en las que este la asume) y en virtud de los cuales ese alguien puede denominarse a sí mismo como un individuo concreto – Taylor citado por Thiebaut, 1998: 86.

faciliten a los ciudadanos conocer y expresar su *adhesión reflexiva* a esa cultura” (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008).

No sobra mencionar que en la misma medida en que se le confirieron las características de libertad, igualdad y equidad, el ciudadano adquirió un carácter homogéneo en las sociedades; este hecho se evidencia en las herramientas de participación pública y actuación política que tendría de ahí en adelante. Por lo tanto, el ciudadano moderno es “subyugado” en cierta medida por una homogeneidad que le impide expresar su ciudadanía en ámbitos distintos del político y, en ocasiones, a través de los medios de comunicación, que entonces fueron tomando forma de industrias con impacto masivo, y ayudaron a que esa homogeneización se hiciera más evidente.

La empresa de la modernidad avanzó a gran escala e impregnó a numerosas sociedades que abrirían el camino hacia la búsqueda de una identidad autóctona que se refleja en la construcción de una nación (Ortiz, Revisitando la noción de imperialismo cultural, 2003), ideal que Colombia entendería y trataría de adoptar tan solo un siglo después de haberse implementado en otros Estados – “¿Cuál fue el resultado? Siempre inacabado, siempre en construcción de ese amalgamiento conflictivo y difícil entre el ideario de las instituciones liberales y de las utopías con las realidades étnicas, societarias, religiosas, regionales y locales” (Uribe de Hincapié, Nación, ciudadano y soberano., 2001). La participación a través de mecanismos debidamente instaurados en el marco de una carta magna sería la principal característica de este ciudadano moderno. Es el sujeto político con una esfera pública limitada al voto, acción que (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) interpreta como una participación que se dirige a alcanzar bienes colectivos en el ámbito público, pero no ha de asumir las responsabilidades del Estado. El Estado se convierte en una institución paternalista que “propende” por la repartición equilibrada de bienes tangibles e intangibles a quienes se cubren con su manto.

El Estado colombiano, que tomó su extensión - social y de derecho<sup>11</sup> -, del derecho romano; comprendió que un régimen político no “prospera” por el simple hecho de ser decretado y que “la ciudadanía, como práctica social, requiere que los individuos posean concepciones, al menos aproximadas, de la libertad y la democracia” (Ortíz, Otro Territorio, 1998). De ahí que la democracia colombiana tuviera que, como requerimiento indispensable, ser dotada jurídicamente de ciudadanos participativos en el marco de un “país nacional”<sup>12</sup> y descentralizado, para ser ejecutada a cabalidad, y como resultado, tenemos una constitución (1991) en la cual se ha acogido el desarrollo de las fuerzas sociales y se ha revaluado el concepto de soberanía nacional, con la idea de incrementar la *participación ciudadana*, constituyéndose en fundamento principal del Estado (Sánchez Torres, Participación ciudadana en Colombia, 1994).

Esta nueva constitución advierte la *diversidad* cultural y racial de quienes habitan el territorio colombiano, haciendo lo posible por crear instituciones que fomentaran la democracia participativa en todos los niveles, no obstante, dicha apertura participativa sería truncada por el clientelismo, un conflicto armado de más de 50 años y la pobreza generalizada de la población - “el multiculturalismo y la democracia local, consagrados en la carta de 1991, han sido considerados como giros significativos en la historia del constitucionalismo Colombiano; como novedades que irrumpen en el cielo sereno de una esfera pública construida sobre las bases de un paradigma esencialmente liberal, centrado en los derechos individuales, ‘ciego a las diferencias’ y que solo tardíamente había incorporado nuevos derechos colectivos” (Uribe de Hincapié,

---

<sup>11</sup> Artículo 1 – Constitución Política de Colombia 1991: Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

<sup>12</sup> Sánchez Torres, 1994 afirma que la constitución de Colombia de 1991 implicó la recuperación de un país nacional por encima de un país político como el que definía la constitución de 1886.

Nación, ciudadano y soberano., 2001). Estas circunstancias a su vez debilitaron el proyecto de modernidad y la promesa de una nación en su mayor expresión:

*Tres elementos del entorno social y político constituyen claves para la comprensión del trayecto recorrido por la participación ciudadana en Colombia: en primer lugar, el clientelismo como eje que define y articula la cultura política en el país. El segundo es el deterioro creciente de las condiciones de vida de los colombianos y la rápida expansión de diversas formas de exclusión social, entre las cuales la pobreza ocupa el primer lugar. En otras palabras, la insatisfacción de necesidades se convierte a la larga en un obstáculo para la participación ciudadana. El tercero es el conflicto armado. La violencia ha interpuesto barreras y definido límites estructurales a la participación: ha reducido el espacio de la deliberación (...) ha creado miedos, generado lealtades perversas e impuesto la fuerza de las armas sobre la razón – (Velásquez Carrillo, 2003: 101)*

Tal vez por estas razones y, otras que se abarcarán en el momento histórico de la globalización, se infiere que el ciudadano nuestro lo es sólo en el papel y, necesitaría de otros espacios públicos en los que hacer valer su ciudadanía, porque “a pesar del énfasis en la universalidad de valores como la democracia y la ciudadanía, estos solo pueden tener lugar realmente, en la particularidad de cada nación” (Ortiz, Globalización y esfera pública: entre lo nacional y lo trasnacional, 2003).

Finalmente, la ciudadanía moderna se distinguiría por ampliar los horizontes de participación en la esfera política y homogeneizar a los sujetos por medio de herramientas explícitamente referenciadas en los marcos legales de las naciones y, se puede decir, que al menos en lo consignado en el escrito normativo colombiano, “con el principio de participación, el ciudadano deja de ser sujeto pasivo para convertirse en *ciudadano activo*, portador y legitimado

para ejercer jurídicamente intereses sociales, colectivos o difusos” (Sánchez Torres, Participación ciudadana en Colombia, 1994) y aunque esa ciudadanía en Colombia tomaría visos de la impulsada en la era moderna, su nacionalización sería un camino inconcluso por las características propias de este territorio y su población.

### **Globalización y ciudadanía posmoderna**

Algo interesante que llegó con la Constitución de Colombia de 1991 fue la apertura económica<sup>13</sup>, fenómeno que permitió que este país interactuara con otros en varios niveles. De eso se trata la globalización – intercambios comerciales – que inducirían la aparición de otro tipo de ciudadano, uno que tiene como premisa la oportunidad de acceder a otras visiones de mundo (Velásquez Carrillo, 2003) “Ha sido éste un cambio en la configuración del Estado local en Colombia, con un importante potencial para transformar sus relaciones con la ciudadanía en una perspectiva democrática”. Se hace la salvedad de que este escrito no ahondará sobre el fenómeno económico, sino en las posibilidades que ese fenómeno le brindó a la ciudadanía para actuar desde terrenos diferentes al de la política.

En medio de las relaciones comerciales se tuvo acceso a multiplicidad de culturas y a nuevas tecnologías que, sin duda, abrirían los campos de acción de la ciudadanía posmoderna. Ya se mencionó que ésta no estaría limitada a lo político, sino que también tendría acceso a lo social y cultural con la ayuda de una herramienta poderosa por su alcance e impacto que sería la comunicación, esta vez democratizada por la tecnología y con mayor acceso para los individuos.

Esa sociedad afectada por el fenómeno de la globalización sería lo que (Thiebaut, Vindicación del ciudadano: un sujeto reflexivo en una sociedad compleja, 1998) definiría como

---

<sup>13</sup> La Apertura Económica que experimentó Colombia a principios de los noventa fue uno de los muchos pasos que dio el continente suramericano para integrarse a la economía global – véase: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/poli/apertura-economicahtm>

sociedad compleja que se dotó de variados dispositivos de participación y, en esa medida el autor asegura que “los que vivimos en las sociedades complejas *somos algo más que los vínculos políticos en los que participamos*, y estos últimos vínculos ni agotan ni abarcan la totalidad de lo que somos”.

La globalización implicaría la aparición de individuos igualmente complejos que se formaron en un sincretismo fruto de la información que divulgaban los medios de comunicación. Dichos medios se convirtieron en esferas públicas<sup>14</sup> en las que los ciudadanos posmodernos podrían expresar sus inconformidades con los diversos estamentos que componen su sociedad, dialogar, comprender e influenciarse mutuamente y eso, resultó ser una problemática mayor sobre la que fijar la ciudadanía actual - ¿Cómo una comunidad política, diferenciada y compleja, en la que habitan ciudadanos con diversos sistemas de creencias, compleja y reflexivamente ordenados de diversas maneras, articula su pertenencia y su participación?<sup>15</sup>.

Ciertamente las *identidades individual y colectiva* serán la respuesta a esa pregunta, porque de su simbiosis renacerá el proyecto de nación y con ella, la idea de una ciudadanía, en este caso la colombiana, en el vaivén del intercambio global. Esta visión es rescatada por Taylor al concluir que “una sociedad que reconozca la identidad individual será una sociedad deliberadora y democrática, porque la identidad individual se constituye parcialmente por el diálogo colectivo” (Taylor 2001, citado por Sierra Gutiérrez, 2003), de ahí que los medios sean importantes elementos de transmisión y espacios de consenso en los que tales identidades puedan ser construidas.

---

<sup>14</sup> “La esfera pública alude al espacio donde los ciudadanos interactúan a través del diálogo y de la capacidad de cada uno de influir en las posiciones del otro, descubrir sus identidades y definir mediante la deliberación colectiva acerca de los temas de interés común” – Mujica 2006, citado por Thiebaut, 1998 (pág. 135).

<sup>15</sup> Thiebaut, 1998 lo toma como afirmación, pero es de mayor pertinencia para entender la amplitud de la problemática, formularlo en forma de pregunta.

Por otro lado, alcanzar ese nivel de participación supondría un logro mayor que tiene que ver con el cumplimiento de la democracia participativa. En síntesis, el principio de participación no se agota en los mecanismos de participación política y directa, lo compone también la defensa y promoción de los derechos sociales, económicos, culturales y colectivos; en el control de la gestión pública y en la discusión de los planes de desarrollo, entre otros aspectos - (Sánchez Torres, Participación ciudadana en Colombia, 1994) y las tecnologías de la información y la comunicación se han derivado en componentes en los que la opinión pública toma fuerza para ser condensada en decisiones de todo tipo que afectan a la comunidad, es decir que en cierta medida, esa participación de la que habla Carlos Sánchez, se activa. No es hasta ahora el modelo de participación ideal, pero el alcance de las TIC podría ser aprovechado para serlo. Tendría que ser una *opinión espontánea* como la que se vislumbra en las redes sociales, pero direccionada hacia el rescate del proyecto de nación que no se ha podido consolidar en Colombia<sup>16</sup> y para ello, las formas predominantes de identidad, que de acuerdo a (Uribe de Hincapié, Nación, ciudadano y soberano., 2001) son las culturales; la *pertenencia a un colectivo histórico* es lo que le otorgará sentido a esa ciudadanía.

Es así como “debemos pensar la ciudadanía, como un conjunto de valores que se actualizan en espacios diferenciados - en la política, en la vida cotidiana, en los medios de comunicación, en la vida pública, en fin, en el consumo” (Ortíz, Otro Territorio, 1998). La anterior es la definición más acertada de la ciudadanía posmoderna, aquella en la que no es necesario pertenecer a un territorio, tampoco adherirse a herramientas de participación política consignadas en los marcos legales, sino en la que es posible hacerse valer en cualquier ámbito a través del diálogo, el consenso y la movilización y, para esa movilización se hace necesario el

---

<sup>16</sup> (Uribe de Hincapié, Nación, ciudadano y soberano., 2001) “el relato nacional de la nación no existía porque, a pesar de los esfuerzos de los gobiernos por crearla y de los historiadores por imaginarla, esta no era visible como entidad culturalmente integrada y socialmente cohesionada”.



empoderamiento. Este ciudadano aún se encuentra en estado embrionario<sup>17</sup> (si se permite la metáfora) en Colombia, país en el que “la gente reconoce la necesidad de intervenir en lo público, pero siente que las instancias de participación no operan como deberían y que en muy poca medida interpretan sus aspiraciones” (Velásquez Carrillo, 2003). Sin duda es un esfuerzo que se debería hacer para retomar la premisa de igualdad, libertad y equidad en el acceso a instancias de participación que se presten para ser moldeadas por las opiniones y demandas de los ciudadanos.

Como consecuencia de la globalización, los sujetos están expuestos a gran cantidad de información, por eso se hacen importantes los espacios públicos de participación que permitan el diálogo con el otro, respetando su individualidad e identidad propias, en el seno de una ciudadanía con el poder y el potencial visionario para de-construir y reconstruir su sociedad. Mientras se respeten esas condiciones se podría decir que la norma se ejecutaría a cabalidad, garantizando las condiciones necesarias para que la nueva participación supere el contexto histórico (clientelismo, pobreza y violencia) en aras de “contribuir con la formación de una ciudadanía que transite hacia una democracia que se identifique con nuevos significados de identidad para la vida ciudadana” (Leal González, 2008).

Ahora bien en esa globalización que se menciona y el multiculturalismo al que se ven expuestas las personas, “la ciudadanía deliberativa supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social” (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008), ese es el ciudadano empoderado del que habla Pineda Pablos en su ensayo sobre los tres conceptos de ciudadanía para el desarrollo en México y que Thiebaut formula como sujeto reflexivo:

*“El ciudadano es, tiene que ser, un activo sujeto reflexivo, capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción: su concepción de lo*

---

<sup>17</sup> Es el período desde la fecundación hasta el nacimiento del nuevo ser.

*público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades” - (Thiebaut, 1998)*

“La Peña Cultural” trabajará con este último concepto de ciudadanía porque acepta que el ciudadano colombiano debe aprehender a reconocerse como miembro de un Estado conformado por diversas culturas y que de él dependerá sostener las creencias y normas que tiene su sociedad, pero no de manera subyugada, sino crítica, para modificarlas a su bien en el marco de la *tolerancia* al otro y a lo que ese otro representa; en últimas -“La *tolerancia positiva* solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma” – (Thiebaut, Vindicación del ciudadano: un sujeto reflexivo en una sociedad compleja, 1998). Bajo este tipo de ciudadanía es que el modelo de radio intentará reconstruir el proyecto nacional a partir de lo cotidiano y local que vive cada individuo, de su identidad y el ejercicio de igualdad y libertad en el discurso compartido.

## **PROMOCIÓN CULTURAL**

Como ya se ha visto, la ciudadanía ha circulado por diversas esferas en las que ha podido manifestarse de acuerdo a los períodos y características que le han sido concedidas: de la militar a la política, de la política a la económica y de ésta a la cultural, pero en cualquiera de ellas de la mano de la comunicación. Pues bien, los medios se han proporcionado en otros mecanismos en los que la participación (característica primordial) del ciudadano moderno ha sido posible, e incluso, de mayor alcance e impacto que en la antigüedad. Sin embargo, no ha sido suficiente para construir un discurso común que desencadene en una Colombia que no vea su multiculturalidad a la luz de la disgregación, (ese otro que debe respetarse pero que sigue siendo diferencia), sino en términos de que esa diferencia en comunión de la reflexividad, es la que conforma el Estado nacional y de derecho que promulga ser dicho país.

Esta es la apuesta que hace el proyecto “La Peña Cultural”: modelo de radio ciudadana en internet basado en investigación y, para ello, toma como referencia esa multiculturalidad de la que está compuesta el país, a fin de afianzarse en la promoción cultural como caballo de batalla para la creación de una memoria colectiva propia de dicho Estado. El anterior también es un objetivo alguna vez mencionado por Estanislao Zuleta, se trata de la lucha por una reconquista de algo que se perdió hace mucho tiempo, digamos desde la Edad Media y, aunque se han desarrollado estrategias para alcanzarlo<sup>18</sup>, aún se necesitan refuerzos para fomentar una cultura nacional que se pueda llamar propia o, por lo menos consensuada y dialogada por los colombianos en general.

Si bien no es sencillo porque históricamente Colombia va y viene en múltiples problemáticas sociales y políticas, además de presentar un profundo desarraigo de sus

---

<sup>18</sup> Algunos ejemplos de esos esfuerzos: Constitución de 1991. Becas para la creación desde el Ministerio de Cultura. Estímulos al talento creativo desde la Gobernación de Antioquia 2012.

ciudadanos frente al territorio; se puede pensar que a través de un medio de comunicación, como espacio público en el que se ha convertido, la multiculturalidad expresada pueda convertirse en un tejido que trascienda tales dificultades para formar una ciudadanía apropiada de su nación, al sentirla como tal en la diversidad que la compone. Dicho tejido les serviría a los individuos para hacerse a una historia, que narrada desde la particularidad de sus vivencias les proporcione sentido de pertenencia. Sería una identidad<sup>19</sup> colectiva y pactada desde el diálogo público que defienda la idea adoptada por Colombia en la modernidad de ser una nación.

El propósito de “La Peña Cultural” de formar ciudadanía se soporta en un fin superior que no se verá realizado bajo este proyecto, sin embargo, tampoco puede ser eludido en este, el cuerpo teórico que soportará el modelo comunicacional. Tal fin no puede ser otro que la afirmación que hace Daniel Pecaú, de que lo que le hace falta a Colombia más que un mito fundacional, es un relato nacional, y no en vano (Martín Barbero, 2002) la retoma para abordar, con la venia del Ministerio de Cultura, la idea de que “Colombia está necesitada de un relato que se haga cargo de la memoria común, que es aquella desde la que será posible construir un imaginario de futuro que movilice todas las energías de construcción de este país, hoy dedicadas en un tanto por ciento gigantesco a destruirlo”.

La ‘promoción cultural’ entra a jugar un papel preponderante en el logro de este propósito porque, con ella como aliada, se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual – “Las formas predominantes de identidad son las culturales; es la pertenencia a un colectivo histórico lo que le otorga sentido a la ciudadanía”

---

<sup>19</sup> Renato Ortiz en su obra “Otro Territorio” asume que la *identidad* se corresponde a la construcción cultural e ideológica, selección y ordenamiento de determinados recuerdos.

(Uribe de Hincapié, Nación, ciudadano y soberano, Junio 2001). La cultura<sup>20</sup> es lo que, en últimas, le ha quitado y otorgado componentes a la ciudadanía desde su concepción hasta el día de hoy. Es ella la que ha formalizado las necesidades de los sujetos y colectivos, para demandar de las instancias social, política y hasta económica, aquellos elementos que ahora convergen en el concepto de ciudadano reflexivo<sup>21</sup>.

Cuán importante ha resultado este término en la actualidad que ha sido objeto de análisis de entidades como la UNESCO<sup>22</sup>, quienes rescatan y reconocen que el valor *cultural de las naciones*<sup>23</sup> es la base sobre la que se construyen las políticas públicas con las que se hará al ciudadano partícipe del desarrollo de su comunidad. No se trata solo de promover la producción en los ya establecidos movimientos artísticos: danza, teatro, música y literatura (sin desmeritar su importancia) que en muchos casos pueden ayudar a preservar la idiosincrasia (Ortíz, Globalización y esfera pública: entre lo nacional y lo transnacional, 2003), sino de permitir la inclusión de las experiencias personales, de los discursos y prácticas que surgen en el seno de la cotidianidad<sup>24</sup> y de la interacción con el otro, de las formas en que cada uno asume el papel de ser colombiano, es decir, qué significa serlo.

No desde el frente de la minoría, del grupo social que ha tenido luchas incansables por la libertad y la igualdad, porque así estos movimientos sociales trabajen por la reivindicación de un estatus y hayan politizado sus luchas desde la participación ciudadana en las diferencias y peculiaridades que poseen; en esa diferencia consienten un trato ‘especial’ y distinto de parte del

---

<sup>20</sup> La utilidad de este término reside en que es el elemento, ya abordado por Renato Ortiz, que propicia la creación de un vínculo entre los hombres, el cimiento social, y lo que orgánicamente articula la ‘solidaridad’ entre los diversos grupos sociales dispuestos en su territorio.

<sup>21</sup> Mencionado anteriormente, el sujeto reflexivo es propuesto por Thiebaut en su texto Vindicación del Ciudadano.

<sup>22</sup> Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

<sup>23</sup> Uno de ellos es Ortiz al rescatar la cultura de cada nación como una singular, es decir, que cada sociedad nacional es un todo integrado, irreductible a otras culturas, cuya base material es el Estado-nación.

<sup>24</sup> Resulta interesante la cotidianidad porque en su simpleza, es lo que define y le da sentido a la existencia de cualquier cultura.

Estado y de los demás ciudadanos. Ya lo había visualizado (Uribe de Hincapié, Nación, ciudadano y soberano, Junio 2001) con la caracterización detallada de tales asociaciones:

- *Siguen patrones de identidad cultural (etnia, género) que limita su participación al logro de sus objetivos y no los de la sociedad.*
- *No comprometen al sistema de dominación, ni la orientación ideológica del gobierno.*
- *Tienen interés por lograr reconocimiento diferencial.*
- *Son las ciudadanías socioculturales definidas en la carta de 1991.*

Y sin duda alguna han sido importantes actores en la gestación de otra cultura política, porque gracias a esa diferencia, se introducen en la carta magna los derechos colectivos en los que la tradición e historia colombianas han tenido que, no solo tomarse en cuenta, sino ser validadoras para el adelanto de cualquier acción política.

Entonces ¿qué vendría siendo una peña cultural?, ¿por qué denominar este proyecto de esta manera? Porque “Las peñas promueven el interés del pueblo por su propia cultura, propician espacios donde las personas puedan pregonar su arte, sus expresiones y fomentar el respeto por su identidad y sus antepasados”<sup>25</sup>. Es decir que, el modelo se convierte en el lugar de encuentro y promoción de las visiones personales que de la cultura colombiana tienen los ciudadanos. Una plataforma de expresión abierta con unas características especiales (abordadas en el marco tecnológico), que permitirán la convergencia de discursos para definir lo que es ser colombiano, generados a partir de los diversos contextos que en la vasta geografía del país coexisten. Significa entonces que los que accedan a este modelo deberán contribuir con la narración de sus historias y en esa medida ser escuchados por los demás, es decir, reconocidos en su identidad

---

<sup>25</sup> Recuperado el 22 de noviembre de 2011 de <http://culturapalmares.wordpress.com/about/>

“pues no existe identidad sin narración ya que esta no es solo expresiva sino constitutiva de lo que somos” (Martín Barbero, 2002).

¿Qué hacer frente a la globalización? y es que el hecho de que sea un fenómeno que atraviesa a la cultura en tanto dinamiza el mercado y las formas relacionales de carácter económico, compromete esa visión de cultura colombiana. Pareciera que homogeneizara<sup>26</sup> lo nacional al intercambiarse a nivel internacional. No solo son los productos, sino los modos de ser, de identificarse y relacionarse, de ahí que el término de multiculturalidad resulte ser un paradigma que cobije a todos. No obstante, algo de propio ha de quedar en el imaginario de ser colombiano para retomar la construcción de una interculturalidad (Martín Barbero, 2002). Sí, es la idea de que Colombia se componga de variadas culturas, sea bombardeada por culturas extranjeras a través de las nuevas plataformas inter-mediales y aun así, con pedazos de éstas y aquellas, pueda construir su propio imaginario de nación porque, al fin y al cabo, “somos tradición de memoria y futuro insertas en lo local con guiños a lo global” (Rincón, No hay globalidad que valga sin localidad que sirva, 2003). Una memoria heredada, mejor dicho, dada, que contribuyó a mantener el sentido de pertenencia y que especifica los atributos y referentes simbólicos que hasta hoy conoce Colombia. Memoriales de raza y terruño, de patria y de gesta, modelos colectivos de ser de las regiones (cada una por separado), pero no cultura nacional o relato nacional basado en las diversas culturas que subsisten (Uribe de Hincapié, Nación, ciudadano y soberano, Junio 2001).

En el modelo que se propone “lo ‘nacional’ asume (...) cualidades de lo ‘local’. Diversidad y autenticidad se tornan características suyas” (Ortíz, Otro Territorio, 1998) y ciertamente el amalgamamiento de una y otra desencadenará en el carácter de nativo que se

---

<sup>26</sup> El fenómeno que Monsiváis, 2002 atizó homogeneizador es en el que se produce ideológicamente el canje de nación por sociedad de consumo y que este proyecto adopta como propio para el desarrollo teórico.

demanda. Lo local, más aún, lo individual que exhibe su cultura, nutrirá ese relato nacional para dar cumplimiento al artículo 70 de la Constitución de 1991, que reza entre otros objetos, que “la cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país” y en esa medida, el ciudadano del que se sirve este proyecto se verá fundamentado y llevado a la práctica como reflexivo, desde otro marco, público<sup>27</sup> pero no estatal, desde el que se encamina la redención de la identidad local en el diálogo multimedial de la radio en internet. De esta manera se admite y defiende la enunciación de que la comunicación debe pensarse para servir a la meta de cómo los ciudadanos podrían desarrollar una comprensión de su país que los capacite para ayudar a transformarlo, más que a eventos de información y moda (Rincón, No hay globalidad que valga sin localidad que sirva, 2003).

El llamado es a hacer cultura pero desde lo cotidiano, desde la tradición que se gesta en lo local e individual para alimentar la identidad nacional. La prueba de ese relato sería no sólo la participación activa en la creación, producción y transmisión de productos sonoros, orales, sino también en su almacenamiento y recuperación; acciones que se posibilitan en la convergencia de medios de que dispone la radio en internet, porque como (Zuleta Velásquez, 1980) este modelo patrocina el supuesto de que es más culto un pueblo que produzca algo, que tenga un estilo, que tenga una manera de vivir, pero para eso tiene que organizarse (...) y esta organización es esencial porque es la manera que tiene el pueblo de producir su propia cultura, no sólo de recibirla. El marco jurídico – normativo está dado para formalizar esa organización, ya la Constitución de 1991 abrió una gama de posibilidades en las que el colombiano expresa y puede

---

<sup>27</sup> La esfera pública alude al espacio donde los ciudadanos interactúan a través del diálogo y de la capacidad de cada uno de influir en las posiciones del otro, descubrir sus identidades y definir mediante la deliberación colectiva acerca de los temas de interés común. Mujica, 2006 citado por Leal González, 2008. Pág. 135.



expresar su ciudadanía. Se trata de aprovechar la apertura de estas posibilidades para promover la organización de los habitantes en un espacio público y democrático en el que el ciudadano se adhiera reflexivamente a la noción de cultura que con su participación allí se tejería<sup>28</sup>.

De ahí que el ciudadano complejo, pero también reflexivo, sea el que deba apoyar el argumento mostrado por Habermas y Martín Barbero de que un relato común es el que recogerá una cultura colombiana, porque “ninguna cultura podrá sobrevivir en condiciones de creciente reflexividad si no es por medio de la consciente y reflexiva adhesión de los miembros de esa cultura” (Thiebaut, *Vindicación del ciudadano: Un sujeto reflexivo en una sociedad compleja*, 1998). Sin embargo, en esa adhesión es obligatoria la participación por medio de la autonomía<sup>29</sup>, esta última en función de permitirle al ciudadano ejercer su papel como tal frente a la estructura del Estado, y éste último la rescata en sus múltiples proyectos de política pública como el Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020, que la define como la “capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su acción, relacionarse con una posición propia, hacerse responsable de sus decisiones. Supone capacidad crítica y reflexiva, capacidad de auto representación y autorregulación.” Y esa autonomía deviene en la intención de participar, entendida como la participación de (Sánchez Torres, *Participación Ciudadana en Colombia*, 1994), esa que “tiene por objeto la intervención de los particulares en actividades públicas como portadores de distintos intereses”, distintos en la individualidad y comunes en la construcción del relato.

---

<sup>28</sup> Habermas, 2008 advierte que el desarrollo de la democracia pasa por descubrir y generar los mecanismos que faciliten a los ciudadanos conocer y expresar su adhesión reflexiva a esa cultura.

<sup>29</sup> La única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.

## **LA RADIO EN COLOMBIA**

Esa misma participación activa para la reivindicación de la cultura, es lo que lleva a este proyecto a profundizar un poco sobre la historia de la radio en Colombia, porque por mucho, la radio ha sido el medio con mayor uso en la formación y expresión de la opinión pública ciudadana. Posee características peculiares que le hacen ser un medio ágil, económico y de sencilla comprensión para su implementación desde diversos sectores de la sociedad y ello le ha significado al país, ser pionero en proyectos de educación y formación de ciudadanía de gran alcance e impacto.

### **Un abre bocas**

La radio llega a Colombia en 1923 producto del interés de algunas personas por su tecnología, pero solo hasta 1929 cuando se realiza la primera emisión, se emprende el camino para desarrollar y conocer su operación, usos y alcances. Este primer encuentro asume al medio como una plataforma para transmitir los mensajes producidos por el gobierno de turno y, a su vez, le imprime el carácter de bien público referenciado del modelo Europeo. Sin embargo, la necesidad de ciertos sectores sociales y económicos con la capacidad de producir radio, hace que dicho enfoque cambie para adoptar el modelo Norteamericano, es decir, de industria cultural, en las finalidades que le habían sido otorgadas como medio de comunicación: informar, culturizar y entretener. La primera experiencia radial de carácter público e intención informativa fue la HJN o radiodifusora nacional de Colombia. En esa época y con la implementación de otras emisoras en todo el país se definieron algunos de los marcos jurídicos para la radiodifusión, en un principio algo difusos en cuanto a la participación del sector privado en la producción, pero concretos a su vez, frente a la competencia y disputa que se dio con otros medios como la

prensa<sup>30</sup>. La programación era pregrabada y se reducía a la transmisión de hechos noticiosos, gracias a esto se conocieron importantes acontecimientos aunque ninguno de la trascendencia de la muerte de Carlos Gardel el 24 de junio de 1935 en Medellín, suceso que permitió la primera emisión en directo y sacó a relucir a la *inmediatez* como una de las características fundamentales de este medio de comunicación, aquella que definiría su cercanía con los oyentes.

No es éste el único atributo de la radio, otrora Orson Welles con su “guerra de los mundos” había dejado en claro que la perfecta utilización de los recursos radiofónicos (voz, música, efectos de sonido y silencio) era capaz de perturbar las mentes humanas hasta llevarlas a creer en lo imposible y reaccionar frente a ello de maneras diversas e impactantes. Por su capacidad de *generar imágenes mentales, accesibilidad, inmediatez, credibilidad, heterogeneidad de audiencias, escucha asincrónica* (en el caso de la radio en internet) y, en comparación con otros medios más *barata y sencilla de manejar*, es que los esfuerzos por formar ciudadanía que se exponen seguidamente, eligieron a la radio como dispositivo primordial para hacerlo.

### **Radio Sutatenza: modelo de educación ciudadana**

El monseñor José Joaquín Salcedo Guarín vio en la radio un medio con un propósito más trascendental de los que le fueron otorgados como medio de comunicación, el de educar. Es en 1947 cuando este visionario llega a Sutatenza –pueblo ubicado en el Valle de Tenza, Cundinamarca- y propone un modelo de radio educativa bajo la dirección de la Fundación Acción Cultural Popular (ACPO). Emisora que engrosó su impacto en su articulación con otras formas de comunicar, para crear, no solo en los habitantes de esta población sino de otras como

---

<sup>30</sup> Un ejemplo de ello es el Decreto 627 de 1934 que prohíbe a las emisoras leer información de los periódicos sino hasta pasadas 24 horas de su publicación.

## *Marco histórico*

Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Magangué la idea de mentes autónomas que los llevaran al desarrollo social y económico. Se fundamentó en que “la clave para el desarrollo y el bienestar económico, es el desarrollo del potencial humano (Bernal Alarcón, 2012)”, una teoría social basada en la transformación de la mente humana que llevaría a definir la cultura como algo que se debe construir constantemente, de forma masiva y popular y no como algo fijo e inmutable.

Esta propuesta fue tan revolucionaria como impensable para el momento en el que se dio, pues implicaba no solo la reducción de una brecha en el acceso al recurso tecnológico (los radio transistores) sino también el esfuerzo de captar el interés del público al que iba dirigida para su adecuado aprovechamiento (campesinos analfabetas). Sin embargo, los cursos radiales, de extensión, cartillas, libros, correspondencia, institutos campesinos, comunicación interpersonal y eventos grupales, sirvieron para demostrar lo posible que es impartir conocimiento por medio de la radio en beneficio de alrededor de 8 millones de personas en el país. Para muchos pensadores del medio radial en Colombia, este modelo fue el origen de las radios ciudadanas, comunitarias y populares que se conocen hoy en día.

La estrategia de Radio Sutatenza se concretó en la producción de 1'489.935 horas de programación radial bajo lo que se denominó EFI (Educación Fundamental Integral) que no fue más que el diseño del material educativo que impartirían y la articulación de éste con medios impresos y de comunicación interpersonal y grupal. Fue así como con el acompañamiento del periódico “*El Campesino*” que editó 1.635 números para un total de 75'749.539 ejemplares distribuidos; el tiraje de 6'453.937 millones de cartillas de “*Educación Fundamental Integral*” que se repartieron en 955 municipios; 690.000 discos en conjunto con 170.000 cartillas “*Leamos y Escribamos*” que llegaron a 687 localidades; 4.365 cursos de extensión ejecutados y 1'229.552 cartas de alumnos y oyentes respondidas, obtuvieron el impacto y alcance mencionados.

## *Marco histórico*

Cinco ejes de acción conformaron la oferta de la Educación Fundamental Integral de radio Sutatenza: alfabeto; cálculo matemático; fortalecimiento de la salud individual y familiar; técnicas de producción agropecuaria; valores, prácticas y comportamientos cívicos y religiosos. En su auge, además de las actividades que desempeñaba, también realizó tareas orientadas desde la presidencia para fortalecer el programa Acción Comunal del Ministerio de Gobierno. La convergencia de medios organizada y acertada que conjugó esta estrategia con la formación en alfabeto, economía y trabajo, número, salud y espiritualidad, pusieron en práctica de los habitantes rurales “comportamientos sociales que promovieran la transformación de las condiciones de vida (para) obtener el bienestar personal, familiar y social” (Bernal Alarcón, 2012)”.

En cuanto a la parte económica y de sostenimiento del medio, corporaciones a nivel nacional como la Caja Agraria, el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), la Federación Nacional de Cafeteros y, entidades públicas como los Ministerios de Gobierno y Educación, se sumaron a través de aportes monetarios que se tradujeron en la adquisición y distribución de los materiales impresos (cartillas, correspondencia, periódico), el desplazamiento de los auxiliares inmediatos<sup>31</sup> y la realización de eventos, escuelas radiofónicas y cursos de extensión para la formación de líderes. También se involucraron entidades de otras partes del mundo como: MISEREOR y ADVEMANT de Alemania; CEBERRO de Holanda; SECOURS CATHOLIQUE de Bélgica y CATHOLIC RELIEF SERVICES de Estados Unidos que otorgó 20.000 becas completas de manutención a jóvenes campesinos.

A medida en que toma fuerza y su impacto se expande a otras regiones del país, su éxito hace eco en el exterior y se convierte en referencia a seguir en varias naciones de América Latina y Europa.

---

<sup>31</sup> Alfabetizadores voluntarios.

Finalizando la década de los 80, Radio Sutatenza comenzó a tener inconvenientes de diversa índole que le significaron el final de sus actividades. El primero fue de carácter ideológico, porque a pesar de haber nacido en el seno de la iglesia católica, la formación que impartía en los ciudadanos implicaba la divulgación de ideas de procreación responsable. En segundo término, su relación con el gobierno siempre fue autónoma y en ese sentido promovió una *participación crítica* en política, cuestión que algunos políticos de sectores gubernamentales no estuvieron dispuestos a financiar. Por último, en aras de continuar su trabajo, tuvo que entrar en competencia con medios comerciales y no contaba con la experticia para hacerlo, tales problemas y la muerte de su creador, dieron por terminada su labor social en 1994. El modelo de la ACPO fue estudiado por algunas Universidades Norteamericanas, la UNESCO y La Organización de Naciones Unidas, quienes lo consideraron como pionero de la educación no formal.

### **HJCK: la emisora de los intelectuales**

Desde el frente cultural en la formación de ciudadanía, nace en 1950 la HJCK: el mundo en Bogotá, primera emisora de América Latina cuya fundación y funcionamiento se derivaron del sector privado. También llamada la emisora de los intelectuales se ha dedicado a la difusión de programación cultural basada en la música culta, de entre otros, autores como (Mozart, Brahms, Beethoven y Chopin). Inició labores un 15 de septiembre de dicho año cuando Alfonso Peñaranda, Eduardo Caballero Calderón, Álvaro Castaño, Gonzalo Rueda, Carmen de Lugo y Bernardo Romero Lozano decidieron desafiar el propósito de *levantar el nivel cultural de la radiodifusión Colombiana* en un proyecto que supuso, no solo la integración de otros medios de difusión como el impreso, sino también la participación de diversos autores y actores culturales

del mundo entero; además de la adhesión de medios internacionales en la producción de su programación durante los más de 60 años que tiene de recorrido - “al fundar HJCK nos propusimos desarrollar un programa integral de difusión cultural, a través de una estructura que meditamos largamente, dentro de la cual se asignó a la música culta una proporción mucho mayor que a los demás temas” (Castaño, 2000).

En un comienzo, la HJCK: el mundo en Bogotá, se identificó como la emisora de los 1160 kilociclos en los 91.3 FM y los equipos de transmisión utilizados no garantizaban el mejor sonido. La experiencia les enseñó que la radio es sonido y después viene la calidad cultural de los programas, de ahí que optara por mejorar la transmisión para poderse concentrar en la calidad de la programación. Más adelante se trasladaría a los 89.9 FM, frecuencia que le obligaría a ocupar en algún momento, el lugar de la emisora con la transmisión de música más alta del mundo con un 70% de esta programación en su parrilla. En 1982 pudo comenzar a transmitir los conciertos de la orquesta sinfónica de Colombia que se originaban en el teatro Colón y cuando llegó la tecnología, fue la primera en sonar el disco láser. Para el año de 1996 entró a la era de la internet y a partir del 21 de noviembre del año 2005 abandonó la frecuencia modulada para emitir completamente desde la página [www.hjck.com](http://www.hjck.com). Al ser privada, los recursos financieros han sido adquiridos en su totalidad por medio de la comercialización de espacios publicitarios, espacios que no encontraban mayor aceptación en una época en que la radio difusión se caracterizaba por contenidos más ligeros y de mayor consumo: noticias y deportes.

En su parrilla se han podido escuchar variados programas como *la vitrina literaria* (espacio en el que algunos escritores colombianos y extranjeros compartían sus obras e interpretaban las de otros); *música para afeitarse*; *música francesa*; *las mil y una noches*; *lecturas dominicales*; *En París*; *crítica de la semana*; *el mundo de los libros*; *la poesía fuente de*

*divisas para Colombia; 50 años de Progreso en Colombia; rock para la gente culta* (allí Rodrigo Castaño compartió desde 1971, los primeros éxitos de un género que ha gestado todo un movimiento cultural mundial) y *momentos estelares de la literatura Colombiana*. Varios programas le significaron el reconocimiento nacional e internacional por parte de la comunidad académica y del gobierno. *Carta de Colombia* a cargo de Hernando Cano Mendoza recibió el premio a mejor programa cultural de la radio Colombiana; la serie *450 años de la ciudad de Bogotá* obtuvo el Premio Simón Bolívar al mejor aporte original en radio en 1988 y *Correo de la Cultura*, programa en el que 40 corresponsales de diferentes ciudades del mundo contaban el suceso cultural más importante de su respectiva ciudad, ganó el premio Ondas al mejor programa cultural de radiodifusión internacional. Este programa fue el pionero de las colaboraciones internacionales en Colombia que por la época y características de la radio análoga era una empresa no tan fácil de alcanzar, aunque no fue la última de este tipo, más adelante la HJCK firmaría un convenio con la Corporación Emisora de China para intercambio de programas. Personajes como Otto de Greiff, Gabriel García Márquez, Álvaro Mutis, Jorge Luis Borges, Fernando Arbeláez, Alejandro Obregón, Manuel Mejía Vallejo, Julio Cortázar, Ernesto Sábato, Juan Rulfo y David Manzur tuvieron la oportunidad no solo de participar en la producción de contenidos, sino de construir a través de productos sonoros, la historia de una radio alimentada por la convicción alguna vez expresada por su director Álvaro Castaño en un discurso de la Universidad Externado de Colombia de “que un micrófono puede dispersar las sombras de la ignorancia o hacerla más amarga, que dentro de tantos placeres que la cultura ofrece el más deleitoso consiste en compartirla, en transmitirla desde esa cátedra privilegiada que es una torre de radio o de televisión” (Castaño, 2000). La HJCK también abordó el radioteatro y desde este formato promovió la cultura autóctona Colombiana y deleitó los oídos de los escuchas por medio



## *Marco histórico*

de interpretaciones de obras de autores nacionales. Si bien la música ha sido el hilo conductor de su programación, el reportaje y la entrevista han ocupado también importantes lugares dentro de las preferencias de sus oyentes. En la celebración de los 20 años de la facultad de comunicación social y periodismo de la Universidad Externado de Colombia el 30 de octubre de 1996, la institución le rindió homenaje a esta emisora entregándole el reconocimiento a unas vidas y unas obras. Cuando cumplieron 30 años de su mudanza a la FM, continuaron ofreciendo informes sonoros como la edición de 100 voces de la cultura, cronología y voces de la cultura acompañada de material impreso.

En cuanto a la convergencia de medios (vale aclarar análogos), el boletín semanal que hablaba sobre los programas que se transmitían, fue por mucho tiempo el abre bocas y estrategia de promoción para escuchar la programación. Después vendría la revista Programas, producto que le permitió acercarse a los oyentes desde otro ángulo de la comunicación, ya fuere para promover lo que iban a escuchar o enterarlos de lo que se había transmitido con un poco más de profundidad. Posee varias colecciones de voces que han sido compartidas a través del Banco de la República y la casa de poesía José Asunción Silva en la que una sala lleva su nombre: HJCK. Con la donación del trofeo rótula de plata, se vinculó a la “vuelta ciclística a San Andrés”, evento que se hacía para recoger fondos para el hospital de la isla y en el que participaban los famosos de la época. Además de los reconocimientos mencionados, obtuvieron también la medalla de la cultura otorgada por el Ministro de Educación en el gobierno de Alberto Lleras Camargo, Abel Naranjo Villegas. El premio vida y obra Simón Bolívar fue dado a su director Álvaro Castillo y la gran orden Ministerio de Cultura a un reconocido actor cultural en 1998 a la emisora, por su fecunda labor cultural y divulgación de los valores más positivos de la cultura nacional. Luego de tantos triunfos y de un legado sin precedentes en el país, no hubiese sido

descabellado para cualquiera, contemporáneo en la línea espacio temporal en la que nació este proyecto, adherirse a la opinión de Darío Jaramillo, subgerente cultural del Banco de la República en 1990, en el marco de la celebración de los 40 años de la HJCK de que “alguien, cualquier persona, (se acercara) a proponernos la fundación de una empresa de carácter cultural. Nuestra reacción inmediata sería la de pensar que el proponente es un soñador y que la propuesta, una utopía que sólo podría sobrevivir por milagro”.

### **Radios Ciudadanas: espacios para la democracia**

Este proyecto comenzó en el año 2003<sup>32</sup> y su ejecución pensada en dos fases y que inició en el 2005, iría hasta el año 2010; sin embargo, debido a la acogida que obtuvo por parte de productores radiales a nivel nacional, el Ministerio de Cultura proyectó su permanencia por medio de convocatorias anuales para radios públicas y comunitarias en la modalidad de becas para la creación de radios ciudadanas, incentivos económicos que se han encargado de darle continuidad en los años siguientes hasta ahora. En la primera entrega de productos sonoros, el proyecto se vincula al Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y a la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (AID) y es ejecutado por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) y Asociados para el de Desarrollo Rural (ARD). De acuerdo al documento presentado<sup>33</sup> para el desarrollo de la fase II, Radios Ciudadanas “se inscribe en procesos de fortalecimiento del derecho a la comunicación, entendido como la

---

<sup>32</sup> Durante esta primera fase, y después de un análisis de viabilidad, se establecieron las alianzas interinstitucionales y se vincularon los 38 municipios en donde se llevaría a cabo el pilotaje. Participaron en su implementación 8 organizaciones encargadas de la ejecución de los recursos en el nivel regional, 9 coordinadores que harían acompañamiento a la ejecución, 38 emisoras y 108 productores de radio del nivel local entre los que se encuentran algunos reporteros juveniles y rurales. Consultar proyecto en: [http://www.pnud.org.co/img\\_upload/9056f18133669868e1cc381983d50faa/Radios\\_ciudadanas.pdf](http://www.pnud.org.co/img_upload/9056f18133669868e1cc381983d50faa/Radios_ciudadanas.pdf)

<sup>33</sup> Proyecto de radios ciudadanas.

posibilidad de que los ciudadanos se expresen pública y masivamente sin ningún tipo de mediaciones” lo que implica que sean los productores independientes y de radios locales quienes realicen los contenidos y/o participen en la discusión analítica de ellos.

El objetivo principal de Radios Ciudadanas fue el de convertirse en una oportunidad para “generar espacios de discusión y deliberación respecto a asuntos de interés público en el ámbito local y regional (Colombia, PNUD, 2006)” a partir de una metodología que contempla la realización de programas radiofónicos que pudieran ser emitidos en una misma franja durante una periodicidad pactada con el medio de difusión. Este método de trabajo pretendería que a partir de la emisión de los programas producidos, se originara un cambio de comportamiento de los ciudadanos por medio de discusiones de temas cotidianos que generasen reflexiones para transformar su realidad inmediata.

En general el tema fundamental desde el que se abordan los demás es la diversidad cultural de Colombia. Esa diversidad es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, ejes transversales de las temáticas que se desarrollarían en estas producciones radiales<sup>34</sup>.

En la propuesta inicial se trabajaron temas como la salud, la diversidad cultural, las veedurías ciudadanas, las políticas públicas de desplazamiento, la identidad y el patrimonio, además de la educación, la participación pública y política juvenil. La finalidad de hablar de estas temáticas en especial, fue la de ampliar los horizontes de participación de cara a la pluralidad en las diferentes esferas públicas de carácter cotidiano, en las que, en teoría, se ejerce la defensa de los derechos y se promueven los deberes de los ciudadanos. La distribución del

---

<sup>34</sup> Problemáticas vinculadas a la garantía de derechos políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales en los que se incluyan aspectos como el desplazamiento forzado, la sexualidad, las relaciones de género y la protección del medio ambiente entre otros. Consultar proyecto en: [http://www.pnud.org.co/img\\_upload/9056f18133669868e1cc381983d50faa/Radios\\_ciudadanas.pdf](http://www.pnud.org.co/img_upload/9056f18133669868e1cc381983d50faa/Radios_ciudadanas.pdf)

modelo producido en 2005<sup>35</sup> contempló 81 municipios con emisoras de tipo comunitario, indígena y de interés público a nivel local, regional y nacional. De esta primera producción, el programa “Memorias del Desplazamiento Forzado en Barrancabermeja”, recibió el premio Pluma de Oro al mejor programa comunitario de la Asociación de Periodistas de Barrancabermeja (APB).

Para el segundo semestre del año 2008 se complementarían la producción con una nueva entrega de programas en los que se explorarían “otras alternativas de producción radial como por ejemplo la integración del trabajo de los realizadores del Ministerio de Cultura con aquellos de las regiones; lo que permitirá un verdadero intercambio de saberes y el reconocimiento de las realidades locales (Colombia, [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co), 2008). La entrega del 2008 desarrolló 29 temas así: *foros ciudadanos de cultura*; *Elige elegir* (foro sobre el voto programático y la importancia de la participación ciudadana); *El juego de la vida* (importancia del juego en el desarrollo infantil en niños en situación de desplazamiento); *De camino a la escuela* (historia de familias desplazadas en búsqueda de escuela para sus hijos); *Mi barrio ya no es el mismo, es diferente, diverso y multicultural*; *¡Ahí está pintado!* (biografía de José María Córdova); *Un rosario de cartas* (crónica de Alfredo, un líder desplazado); *Arte y parte* (jóvenes desplazados que optan por el arte para apartarse de las armas); *Amor gota a gota* (crónica de ACUALCOS fundación para reclamar el derecho al servicio de agua); *Cambiando el mundo* (experiencias de participación juvenil de diversa sexualidad); *Ingresos para desplazados*; *Misión difícil, no imposible* (generación de ingresos para población desplazada); *Planes de cultura* (experiencias de gente vinculada a la cultura); *Agua que no has de beber, ¡lávate las manos!*; *Solas, no éramos nada. Juntas, podemos todo* (historia de formación La Federación de Concheras); *Vecino que*

---

<sup>35</sup> Las franjas de las radios ciudadanas han emitido 2.330 programas entre el 2005 y 2006, programas producidos por los colectivos locales enfatizando intereses, perspectivas, lenguajes y estéticas propias respecto a cada temática.

## ***Marco histórico***

*conoce a vecino, buena sombra lo cobija; La olla de la abuela* (historias de abuelos desplazados); *El consejo comunitario somos todos* (titulación de tierra colectiva a los consejos comunitarios Afrocolombianos); *Veedurías ciudadanas paso a paso; Proyectos productivos; Divide y vencerás* (historia de vida de mujeres en procesos de alfabetización); *Pueden desaparecer* (mujeres indígenas colombianas en situación de desplazamiento); *El lector buen lector, también lee cartas de amor* (consecuencias para un municipio de ser analfabeta); *Desterrados* (desarraigo como parte de la historia de Colombia); *La casa, la guerra, la mujer; Un gol a la tierra del olvido* (fortalecer los liderazgos de los jóvenes rurales de Tumaco); *El campesino se hace palabra; Que no mengüe la minga* (comunidades indígenas y otras que han adoptado esta particular forma de trabajo comunitario); *Una comunidad despierta y un estado con presencia* (planteamientos alrededor del tema de la relación estado-ciudadanía) *Morir, nacer y vivir en la ley* (cultura de la legalidad).

Más allá de los temas que trata y ha tratado, lo interesante de esta propuesta se encuentra en dos aspectos fundamentales que son: el contenido pensado y desarrollado desde y hacia una comunidad en particular y, la capacitación que ha sido necesaria impartir en esas comunidades para que los productores entiendan cómo afrontar las temáticas pensando en la inclusión y cómo producir los formatos radiales. Entre otros, quienes han hecho parte en la elaboración de contenidos se han permitido realizar series en formatos como la entrevista y el documental, además de recrear situaciones a partir de los géneros de la crónica y el dramatizado, ello les ha garantizado una mejor comprensión de la información por parte de los oyentes.

*La producción radial se ha apoyado en la realización de 30 talleres regionales enfocados a planear y evaluar el proceso de ejecución, ampliar la formación política y ciudadana de los colectivos, orientar el abordaje de los temas, cualificar*

## ***Marco histórico***

*la producción radial de los programas, analizar posibles alternativas para medir impactos y audiencias de las franjas y fortalecer la organización de las emisoras y redes vinculadas al programa. – proyecto Radios Ciudadanas: espacios para la democracia.*

A través de las becas para la creación las radios ciudadanas han enfocado anualmente las temáticas a trabajar por los proponentes de manera que se desarrollen contenidos más especializados, un ejemplo de ello es que en el 2013, dicha convocatoria se hizo para la creación de contenidos sonoros con y para la primera infancia.

Estos tres casos puntuales en los que se muestra el uso de la radio como medio para formar ciudadanía, sirven para ilustrar el alcance e impacto que ha tenido la radio en Colombia y para entender el por qué un modelo que tome de referencia a este medio, puede ser idóneo para fomentar a través de la cultura, lo que en otro marco se denominó ciudadano reflexivo.

## **LA RADIO EN INTERNET**

Aunque el término radio en internet “no existe”, como última instancia, el proyecto opta por darle forma a este concepto y lo apropia como medio indicado para desarrollar contenidos de carácter ciudadano, no adrede, sino basado en la premisa de que la nueva radio, esa virtual, en su integración con otras formas de comunicación invita a la participación y esa es la característica principal del ser ciudadano. A continuación se explicará cómo sus componentes podrían ser la alternativa que le den ventaja al proyecto en su empresa de formar ciudadanía.

La Peña Cultural modelo de radio ciudadana en internet, serviría como una zona interactiva alimentada por la información que compartan los ciudadanos satisfaciendo sus necesidades culturales y en esta medida, la relación formada “con la libertad de expresar, se les entrega a las personas concentradas en una misma comunidad la opción de contextualizar al resto del mundo dentro de su mundo” (Barrios, 2011).

### **A modo de contexto**

La radio tradicional se llama radio porque hace uso de las ondas radiales<sup>36</sup> a través del espectro electromagnético para transmitir contenidos sonoros, en este sentido, el concepto radio requiere de una emisión y recepción de dichas ondas, además de una forma de transmitir propia del medio (utilización de los recursos radiofónicos). La internet por otro lado, supone la interconexión de dos o más computadoras a través del envío y recepción de datos, no de ondas, datos que son decodificados para hacer efectiva la transmisión. Dicho esto, no existe la radio en internet porque las ondas requeridas para que haya radio no se pueden reproducir a través de la red, lo que existe es una adaptación de los recursos radiofónicos a la internet, que codificando

---

<sup>36</sup> También conocidas como ondas hertzianas.

datos y enviándolos para su decodificación, permiten la transmisión de contenidos sonoros en sus plataformas.

Cuando las nuevas tecnologías digitales irrumpen en el mundo para otorgar un “mejor sonido” en la década de 1990, hace que se retome el interés por un medio “ya explorado”, en ese momento llamado radio satelital<sup>37</sup>. La primera emisión de lo que han denominado radio por internet la hizo “Internet Talk Radio” en el año de 1993 utilizando la tecnología MBONE<sup>38</sup>. Sin embargo, fue hasta febrero de 1995 que se creó la primera emisora exclusiva en este tipo de transmisión y fue la denominada “Radio HK” a cargo de Norman Hajjar; esta estación usó un reflector de conferencia web CU-SeeMe conectado a un cd que reprodujo en loop infinito, esta forma de transmisión se convertiría en uno de los servidores de Real Audio<sup>39</sup>. Para el año 2000 algunos radioaficionados comienzan a experimentar con sus computadores personales para procesar señales de radio mediante interfaces (Radio Packet).

Seguidamente la empresa Windows lanza su server 2003, servidor que permitiría en el mismo año un ancho de banda suficiente para el manejo inteligente de “unicast”, lo que lograría que miles de oyentes pudiesen conectarse a una transmisión única, de forma estable y con calidad de 128kps de sonido para igualar al de una radio tradicional. Esta forma de transmisión adquiriría el nombre de streaming de audio y hasta ahora ha sido la más utilizada por las emisoras en internet para realizar las emisiones en directo y diferidas (también conocidas como pregrabadas). No obstante, el año 2004 arrojaría un método alternativo basado en RSS para compartir audios en internet que ha tomado fuerza entre los radioaficionados, sobre todo entre los menos experimentados: el podcasting.

---

<sup>37</sup> También denominada radio Híbrida Digital.

<sup>38</sup> IP Multicast Backbone on the Internet.

<sup>39</sup> Codificador presentado por la empresa Progressive Networks que posibilita la difusión de la señal de audio a través de la red con la ayuda de un MODEM.



En el año 2005 el diccionario de Oxford definiría la palabra podcast como “digital recording of a radio broadcast or similar program, made available on the internet for downloading to a personal audio player”, es decir que su función sería la de ser un archivo disponible en la web para el deleite de quien interesa. En la medida en que el podcast deja a un lado los requerimientos de una emisora tradicional en su producción (mezclador, estudio de grabación y locución, transmisores, etc.) se ha convertido en un elemento funcional que *puede ser elaborado por cualquier persona* (Cuevas López, 2006) que tenga un computador con tarjeta de sonido, un programa de edición gratuito o de grabación en línea y, una diadema<sup>40</sup>. Tanto el podcasting como el streamcasting utilizan la web para su funcionamiento, ambas opciones configuran los modos de publicar archivos sonoros en dicha plataforma y conforman lo que hoy se designa como radio en internet. En otras palabras, las emisoras virtuales hacen presencia en páginas web por medio del streamcasting y el podcasting de audio, y esta convergencia finalmente, es la que precisa lo que es la radio en internet para el desarrollo del proyecto “La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet”.

### **¿Cómo funciona el streamcasting de audio?**

Como se venía mencionando, el streamcasting de audio es la modalidad principal de transmisión radial para internet que básicamente habilita a la emisora para expandir su señal por todo el mundo, por medio del streaming<sup>41</sup> y con una inversión de bajo costo. Cualquier persona que tenga acceso a internet de mínimo 24Kbps puede escuchar los contenidos que tales emisoras transmiten. El streamcasting de audio hace posible que particulares creen una estación de radio en internet fácilmente y a bajo costo, lo que supera los inconvenientes de obtener una frecuencia

---

<sup>40</sup> Dispositivo que sirve para grabar y escuchar sonidos en el computador.

<sup>41</sup> Servicio de transferencia de datos en internet que permite escucharlos al mismo tiempo en el que se descarga, vale aclarar que no es una descarga al pc, es la descarga de los datos.

en el dial cuyo acceso, monetariamente hablando, es bastante elevado. El streaming de audio, exceptuando la forma en que transmite, emula la arquitectura de una emisora tradicional en la producción de contenidos, por ello, generalmente debe disponer de elementos como consola y cabina y, su esquema técnico se reduce a los siguientes pasos:

1. Una fuente auditiva para capturar el sonido que conformará los contenidos: Micrófono, CD, WAV, MP3.
2. Un procesador de audio que permita la edición de tales contenidos que fueron capturados como el audacity que tiene versión free.
3. Un repetidor de streaming de audio que se encarga de codificar y enviar los bits del contenido a través de un torrente de datos hacia el reproductor que se tiene alojado en una dirección web.
4. Un reproductor de streaming de audio mediante el cual el usuario reensambla y decodifica los bits para reproducir la señal auditiva.

De manera más simple, en la cabina y por medio de los micrófonos se graban las voces y demás sonidos manuales. Se editan los audios con el procesador para que quede el archivo sonoro que se desea publicar o emitir. Seguidamente se accede a un servicio de shoutcast<sup>42</sup> previamente configurado con los códigos del streaming, desde allí se reproduce el contenido para ser enviado a la plataforma desde la que el ciberoyente accede al audio a través del reproductor, y este último decodifica la señal para ser escuchada. En caso de ser un programa en directo, la emisora puede implementar herramientas como zara radio (también de libre acceso), configurar el shoutcast para que emita desde la tarjeta de sonido del computador y de la misma manera, el

---

<sup>42</sup> Complemento de winamp en el que se configuran los datos del streaming, código, dirección IP y contraseña para poder transmitir.

streaming envía los datos hacia el reproductor ubicado en la plataforma a la que el oyente se conecta.

Para hacer uso de esta tecnología y emitir “profesionalmente” se necesitan otra serie de instrumentos, sin los cuales, la transmisión puede perder calidad y constancia. Son el computador y las características de la red, la base sobre la que se fundamenta toda emisión de radio en internet. De ahí que si se quiere una programación de 24 horas, 7 días a la semana, es necesario un aparato potente capaz de soportar ese tiempo encendido. A mayor capacidad del disco, más facilidad en el manejo de los audios y, a mayor ancho de banda, mayor número de oyentes simultáneos de una señal sin interrupciones.

### **¿Cómo funciona el podcasting?**

El podcast es un audio que grabado y editado en un computador, sin necesidad de intermediarios como consolas de sonido y micrófonos profesionales, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera. La tecnología RSS facilita la adquisición de una URL propia mediante la cual, el archivo podrá ser ubicado y recuperado para su uso. Teniendo claro que el podcast es un archivo de audio normalmente en formato mp3 y que su aprovechamiento está ligado a la oportunidad de ser colgado en la web, el podcasting es esa forma en que se comparte dicho audio. Las maneras en las que se realiza podcasting se sujetan al acceso a una plataforma web en la cual alojar el podcast, llámese página o Url propia y/o cuenta en algún podcaster<sup>43</sup>.

El archivo compartido en formato mp3 se puede reproducir desde la plataforma y descargar para ser escuchado en el computador o en cualquier reproductor que soporte este formato, no obstante, también se puede quemar un cd de audio que convierta el formato a punto

---

<sup>43</sup> Un ejemplo de podcaster es [www.soundcloud.com](http://www.soundcloud.com).

WAV y de esta manera escucharlo en otros reproductores como equipos de sonido, radio del automóvil, etc.

La ventaja más importante del podcasting es que la recuperación del archivo de sonido se hace en el momento en que el usuario lo desee, contrario a las emisiones de radio en las que el oyente debe “sintonizarse” a la hora en que se emite el contenido.

### **Radio en internet: plataforma multimedial**

Los usos que se le han dado a la radio en Colombia hacen que la visión a futuro de este medio sea ambiciosa, en el sentido de que se convierta en plataforma garante de la libertad de expresión de las personas, quienes puedan recibir y aportar a la construcción de un relato de orden cultural nacional. La convergencia de medios ya estuvo presente en modelos como los expuestos en el marco histórico, porque quienes los gestionaron, fueron conscientes de que el impacto se alcanzaría “atacando” desde varios frentes. Algo parecido sucede con La Peña Cultural, solo que la convergencia se hace menos laboriosa puesto que la radio digital es dicha convergencia concentrada en una misma plataforma - “en esta nueva etapa de la comunicación, la radio se vuelve visible, adquiere la capacidad de una escucha asincrónica, bidireccional e interactiva, gana la posibilidad de ser archivada y recuperada, de volverse también texto, mejor dicho, hipertexto dejando el carácter volátil e intersticial que le es propio” (Menduni citado por García González, 2010).

Menduni no lo pudo explicar mejor, la radio en internet utiliza una plataforma para hacerse visible para el público y, en esa medida, se sirve de los componentes que la web le ofrece para poner a dialogar múltiples medios con un solo fin. El streamcasting y el podcasting configuran las raíces del asunto, pues son ellos los que aportan el componente sonoro que por

obligación debe tener toda radio. El podcast es el protagonista de la asincronía de la que habla Menduni, también de ser el elemento archivado que puede ser recuperado en el momento en que se requiera.

Hasta ahí existe una claridad con respecto a la publicación de audios y cómo esos audios han evolucionado para facilitar su escucha en una sociedad compleja como la de ahora, pero ¿cómo es que la radio se vuelve bidireccional e interactiva? ¿Cómo se hace realidad el pronóstico estimado ya por (Ortíz, Otro Territorio, 1998) de que “las nuevas tecnologías favorecerían la descentralización de la producción, la diversificación de mensajes, la interacción entre el emisor y el receptor”? A partir de aquí entran a jugar los elementos de esa World Wide Web para la comunicación a distancia dispuestos con antelación a la mudanza de la radio, son entonces el chat y en la actualidad, las redes sociales, que para sorpresa también convergen, los que permiten la interacción entre emisores y receptores y, por qué no, prosumidores<sup>44</sup>.

Sí, el consumidor del mensaje puede ahora producirlo en un ejercicio amplio de participación que le permite el medio y, en ese orden “se corresponde una superación del monolitismo (de las ideas, de la producción y de los contenidos) por la diversidad” (Ortíz, Otro Territorio, 1998). El podcast es por mucho el impulsador de una radio a la medida, en la que tener la idea y hacer radio son lo mismo, en la que “de un minuto a otro, se deja de ser un radioescucha pasivo para convertirse en verdaderos transmisores de ideas propias” (Cuevas López, 2006) porque realizar los contenidos es cada vez más sencillo, menos costoso y más creativo. De ahí que tal prosumidor corrobore lo que otrora fuese un debate trascendental sobre la internet y que para (Ortíz, Globalización y esfera pública: entre lo nacional y lo transnacional.,

---

<sup>44</sup> Término acuñado por Alvin Toffler, 1980 en su libro “La tercera ola” que se atribuye a quien consume y a su vez produce.

2003) sería “la posibilidad de que la interacción virtual (abriera) nuevos espacios para la declaración pública de las opiniones individuales”.

No solo están presentes los audios en tiempo real, archivados, sino también la comunicación directa con el medio, además de la posibilidad de publicar artículos en una misma plataforma. El texto también hace parte de esta nueva radio y su presencia allí, abre la posibilidad de ser compartido, de crearse a partir de otros textos que navegan en la misma red y de ser publicados en una amplia gama de enlaces (no necesariamente a otros textos) que le confieren la hipertextualidad de la que hablaba Menduni. Escribir, leer, producir, compartir, publicar, opinar e interactuar, son características fundamentales de esta radio en internet que se convierte en “un nuevo elemento definidor de la ciudadanía, se está en presencia de nuevas relaciones sociales que se encuentran en período de gestión, nuevas formas de interrelación humanas que se manifiestan amplificadas por el avance de la tecnología, nuevas comunidades virtuales cuyo patrón de adscripción no es el territorio, ni la lengua, sino un nuevo modelo visionario de la sociedad que encuentra en la comunicación no presencial un elemento de unión entre individuos” (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008).

Teniendo en cuenta que esta nueva radio se sirve de la red para ser visible y escuchada y, que en esa medida aprovecha los componentes comunicacionales que ya poseía internet, “se abren a nuevas posibilidades de socialización del conocimiento, que en principio nos podrían a pensar en que esta socialización implicaría un acceso a la información más democrático e igualitario” (Portillo, 2004). En el marco del proyecto, el ciudadano participativo y reflexivo al que le apunta, solo será visible en el momento en que a través de esta esfera pública denominada radio en internet alcance “una participación comunitaria generalizada, aunque todos los

ciudadanos de un Estado-nación no puedan reunirse en un mismo lugar”, definición otorgada por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) a las nuevas tecnologías y su papel en la sociedad actual.

Después de todo, la idea de que la transformación de los discursos y las formas de relacionarse crean un nuevo sentido de ser ciudadanos y de asumir esa ciudadanía, ya había sido postulada por Martín Barbero, quien visualizó en estos espacios otros modos de vivir el tiempo, de configurar las identidades, de percibirse y ejercer como ciudadanos (Martín Barbero: 1996 citado por Rincón, 2003). El ciudadano reflexivo de Thiebaut será posible sí y solo sí, se le permite “una comunicación intercultural intersubjetiva, en perspectiva dialógica, de construcción recíproca de sentido, deliberativa, tolerante y respetuosa de la diferencia, basada en el respeto íntegro de la dignidad humana, cualquiera que sea su condición” (Sierra Gutiérrez L. , Globalización, multiculturalismo y comunicación, 2003).

Así las cosas, la radio en internet podría, por la forma en que se hace, por la condición de participación intrínseca en su diseño y por los componentes que se conjugan en su plataforma, admitir que las personas comuniquen sus vivencias y construyan sus valores y rasgos culturales como respuesta colectiva a este asunto de bien común desde la interacción en ese espacio no físico, porque tanto para (Barrios, 2011), como para La Peña Cultural “retomar nuestras raíces para crear espacios y comunicación no es retroceder, sino ser recursivos para avanzar con más fundamentos” (Portillo, 2004).

### **Reflexión final al marco referencial**

La historia en Colombia valida por sí sola algunas de las condiciones por las que la radio facilitaría la formación de un ciudadano reflexivo, en el sentido en que este medio se ha constituido en uno de los más usados para promoverlo, pero es necesario realizar algunas aclaraciones últimas que permitan comprender la utilización que “La Peña Cultural” hace de la ahora denominada radio en internet, en la empresa de establecer un modelo de radio ciudadana con contenidos de promoción cultural.

Como se mencionó anteriormente, la radio se ha posicionado como promotora de educación y cultura, aunque su verdadero alcance se materialice en la unión con otros medios. Es importante poner en claro que la radio en internet, ante todo se trata de una *convergencia de medios* que facilita el acceso y producción de contenidos de diversa índole, especialmente de audios que puedan ser compartidos, recuperados y escuchados en los momentos en que los ciudadanos lo requieran y, en la atención de una nueva ciudadanía, participativa y reflexiva, la primera parte de un plan en el que se vislumbre su formación es el acceso a la información, que en esta era es entregada por los medios de comunicación y por la misma ciudadanía. Aprovechar la integración de diversas herramientas en una misma plataforma, como la radio en internet, lo que además la hace menos costosa la implementación, significaría contar con la posibilidad de encontrar variados contenidos en una misma parte, un espacio virtual al que se puede llegar desde cualquier lugar.

Ahora bien, controvertir el discurso de que este medio ha perdido su esencia, idea debatida en la actualidad, porque afirma que la radio en internet no es verdadera radio, es demostrar que en su argumentación, esta corriente ignora o pasa por desapercibido, el hecho de que la adaptación a otras tecnologías para la producción y realización de esta nueva radio es uno



de sus componentes más relevantes, y por ello es que supera a la tradicional y a otros medios en los que los sentidos, vista y oído, se hacen indispensables para su aprovechamiento. Es rescatar el fenómeno de utilización de las nuevas tecnologías que, a pesar de la brecha digital que existe en territorios como el colombiano, permite pensar que, con el debido diseño de contenidos y la implementación de herramientas para la participación, la radio en internet sería útil en procesos de transformación de los imaginarios de ciudadano en un país cuyo proceso de nacionalización se quedó a mitad del camino hasta ahora planteado por la teoría política. Dicho en otras palabras, las mediaciones tecnológicas están presentes y forman un papel fundamental en las nuevas dinámicas sociales. Para construir dinámicas con contenidos aprovechables desde tales mediaciones, se deben enfrentar aquí y ahora, la producción desde esas tecnologías, apuntando a cumplir el objetivo de revolucionar las estructuras tradicionales de formación. La radio en internet se sirve de diversos elementos que han sido configurados para construir sentido a través de la retroalimentación y esa interacción es el componente más importante para comprender las formas de apropiarse del mundo actual y, para un modelo de formación ciudadana, es la herramienta adecuada por la que se piensa en radio en internet para generar cambios de comportamientos y establecer nuevos imaginarios sociales como el de una ciudadanía reflexiva como la que plantea Thiebaut, referenciada con anterioridad.

De otro lado, la ciudadanía encuentra sus raíces en la esfera política que se valida en lo público y este, a su vez, requiere de la participación para configurar la ciudadanía que se consolidó con la aparición de la figura del Estado. No obstante, el ciudadano que persigue la formación en el modelo de “La Peña Cultural” es uno que trasciende la participación desde los mecanismos tradicionales de la política establecidos para el ejercicio de su nacionalidad, hacia una participación estructurada a través de los medios de comunicación desde su producción. Es

decir que encuentra en los medios, los mecanismos para ejercer su verdadera participación como productor de los contenidos y no como simple receptor de ellos. En esa medida, las personas serían las garantes del diseño y difusión de unos contenidos reflexivos de su cultura a través de la plataforma democrática llamada radio en internet. Esa será la formación de un ciudadano que se exprese como tal, en la medida en que construya su cultura, una alimentada por las fusiones propias de un mundo globalizado, con otras visiones de la realidad y que, por qué no, no necesariamente encuentre su arraigo en los elementos básicos y patrimoniales colombianos sino que los transforme hacia una definición propia. Con este supuesto, se daría cumplimiento al primero de los principios contemplados en la Resolución 415 de 2010 que establece el servicio de radiodifusión sonora en Colombia, el cual reza que este servicio es para “difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y fortalecer la democracia”.

Y ¿por qué difundir cultura?, ¿por qué afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana?, porque leídos desde la política pública, esa adoptada desde la aparición de la Carta de 1991, la cultura es aquél elemento que ancla y articula lo nacional y lo local para equilibrar las relaciones de poder y da, no solo un referente de identidad, sino también diversos lugares para la construcción de un imaginario de nación abierto y diverso, así, la cultura es entendida en el marco normativo colombiano, como el “conjunto distintivo de rasgos espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias”<sup>45</sup>.

De otro lado, el Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020, contempla los distintos componentes del desarrollo cultural, como son la creación, producción, disfrute y participación de sus habitantes en los flujos culturales de la ciudad y el mundo; el

---

<sup>45</sup> La ley 397 de 1997.

reconocimiento y fomento de la diversidad cultural, la multiculturalidad y la interculturalidad como fundamentos permanentes de la construcción de la ciudad y la ciudadanía. Entonces, la cultura tiene sobre sí la carga de formar ciudadanía, pero la dinamización de esa cultura a través de un medio de comunicación<sup>46</sup>, podría encaminar esa formación hacia el rescate de la memoria social colombiana, la misma que cohesionaría a esta nación como tal.

Asumida desde el proyecto de emisora ciudadana, esa promoción de las costumbres, la gastronomía, las tradiciones, los rituales y los nuevos usos del lenguaje, esa cultura podría otorgar sentido, le daría carácter y legitimidad a este territorio a partir de la valoración de los modos de apropiarse de él, lo que iría en concordancia con el proyecto político cultural, en este caso, de una ciudad atravesada por los mismos conflictos circunscritos en su nación. Y este mismo proyecto de desarrollo cultural inscribe en sus lineamientos a los mecanismos para la formación de un ciudadano que denomina “cultural”, que al entender de quien escribe este texto, es el mismo ciudadano reflexivo rescatado para la propuesta de un modelo de radio en internet, que por medio de su participación como sujeto activo de la comunicación y, ésta última como fundamento de lo público, instaure imaginarios colectivos de adhesión reflexiva a la complejidad de que se compone la realidad colombiana “La comunicación es interculturalidad y afirmación identitaria, diálogo entre culturas y mediación cultural entendida como espacios en los que se articulan los sentidos, en contextos de poder.” (Martin Barbero, 1987)

Sin embargo, con el tiempo no solo han cambiado el medio, la metodología de producción, el alcance y las maneras de consumirse esa radio, sino también el público al que llega. Ese otro público resultante es el que interesa a “La Peña Cultural”, porque la radio en

---

<sup>46</sup> Los procesos culturales involucran además las industrias creativas y las empresas culturales, las nuevas tecnologías, los movimientos socio-culturales emergentes, el patrimonio material e inmaterial. Ciudadanía cultural democrática – Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 – “hacia una ciudadanía cultural democrática, Bogotá, 2001. Ministerio de Cultura.

internet encuentra una estrecha relación entre la manera en que se consume y la generación que la consume, por sus condiciones de edad, oportunidades de acceso y nivel. Puede entenderse entonces que es una generación joven expuesta al sincretismo cultural gracias a la comunicación y a la globalización, factores determinantes que han cambiado la forma de vivir la cultura colombiana y de definir la nueva ciudadanía. Una ciudadanía que se formaría al intercambiar símbolos, que suponen realidades individuales, en una plataforma que los pone en común. En ese sentido, por qué no pensar que la comunicación, un medio o herramienta de ella que logre tal aproximación, pueda de-construir y construir imaginarios de ciudadanía reflexiva. Se lograría con ello lo que (Beltrán Salmón, 2005) denomina comunicación alternativa para el desarrollo democrático, al alcanzar “la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios masivos, interpersonales y mixtos, para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría”.

En últimas, la plataforma por sí sola no es la que produce los cambios en las sociedades, sino el uso que de ella se haga y los mensajes que permita intercambiar. Si bien los espacios para la interacción están servidos en internet al acceso de todos, es necesario que los mensajes que se divulguen en ella, generen inquietud, malestar o beneplácito si se quiere, para que se haga efectiva la participación y, con ella, la formación de ciudadanía.

Este texto no establece los componentes de producción de una radio ciudadana, pero sí será el universo teórico sobre el cuál se fundamente. Para ello son importantes todos los conceptos desarrollados, desde la historia, hasta el interés de utilizar la radio en internet por sus herramientas; porque son éstas las que podrán configurar el espacio público y las herramientas de participación para mantener las tradiciones y formas de vida, debido a que la única manera en

que se rescata un relato común es haciendo que los miembros de una sociedad compleja se vinculen a su identidad cultural, es darles a los sujetos reflexivos, la opción de aprender de otras tradiciones o de, a partir del diálogo y la puesta en común, erigir una nueva cultura como lo rescata Thiebaut.

Ciertamente será el producto investigativo el que defina los elementos de esa radio que modelarán la producción de contenidos, unos que converjan en el diálogo con el otro, la aproximación a las identidades individuales para componer la identidad colectiva de una Colombia garante de la norma establecida. Y con norma no se hace referencia a aquella coercitiva, sino la de libre cumplimiento, porque esta última es la que perpetúa las costumbres y arraigos de sentirse colombianos. Así las cosas, se trata de rescatar al individuo con sentido de pertenencia por su país, en lo que enuncia Habermas<sup>47</sup>, como derechos culturales que se entienden mejor al considerarlos derechos no colectivos, sino subjetivos que garantizan equitativamente a todos los ciudadanos a esos ámbitos culturales, propios o ajenos, y rescatar de los textos y propuestas políticas, para llevarla a realidad, la idea de que desde la cultura se pueden reivindicar las nuevas y antiguas dignidades ciudadanas<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup> Habermas es retomado por Thiebaut, 1998 para argumentar su planteamiento acerca de la construcción colectiva de cultura a través del diálogo de subjetividades en el seno de la libertad individual de decisión.

<sup>48</sup> Hito discursivo del Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020.

## **Introducción**

El proyecto de investigación “La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet” apunta al establecimiento de una guía metodológica, para emisoras exclusivas en este tipo de transmisión, que busquen la formación de una ciudadanía reflexiva por medio de la difusión de contenidos de promoción cultural. La investigación, como se mencionó en la presentación del proyecto, se aborda metodológicamente en tres fases de ejecución, por eso, quienes lean el compilado final, encontrarán que su estructura es la que demanda la ruta metodológica anteriormente planteada.

La primera de las fases, tiene como objetivos: caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia y verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva. Para ello, se establecieron unas estrategias, técnicas y tácticas de orden cualitativo que permitieran el rastreo, el registro y la teorización de la información. Se realizó una búsqueda detallada en la web, de las radios colombianas en internet que desarrollan contenidos culturales. Seguidamente se seleccionaron los programas de radio en internet<sup>49</sup> que desarrollan contenidos culturales en Colombia. Se procedió a elaborar un modelo de ficha de contenido para caracterizar las radios encontradas, ficha que se aplicó a los programas seleccionados al cuestionario diseñado. Este proceso, dio como resultado la redacción de un documento, capítulo 1 del proyecto, de acuerdo a las referencias teóricas y a la información analizada. Continuando con la fase I del proyecto, se elaboró un segundo modelo de ficha de contenido para verificar la formación de ciudadanía reflexiva. Se sometieron a este modelo, los programas caracterizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, se verificaron los mecanismos y los modos

---

<sup>49</sup> Con radio en internet se hace referencia sobre aquella que combina streamcasting y podcasting de audio en sus plataformas.

de participación, además de la direccionalidad de la información que se publica en el medio y, con la información registrada, se generaron algunos apuntes a manera de resultados yendo siempre a las referencias teóricas para la redacción del capítulo 2. En este sentido, los capítulos 1 y 2 corresponden a la ejecución de la fase número uno del proyecto.

La segunda fase cumple con el objetivo de definir los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva. Se logró a partir de la elaboración de un modelo de ficha de contenido que se aplicó a los programas caracterizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales y en el análisis de los resultados, se categorizaron los componentes que, en coherencia con la muestra, serían de importancia para el modelo. La información registrada se analizó volviendo a la teoría y se redactó el capítulo 3, como resultado de la ficha.

Finalmente, la fase III de la metodología del proyecto, es el documento en el que se establece el modelo de radio ciudadana en internet, es decir, es el último capítulo del informe de la investigación “La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet”. Pensando en la importancia de la disposición de los hallazgos en el informe, las conclusiones se dejaron como último aparte, teniendo en cuenta que es la forma adecuada para una mejor comprensión de lectura.

Por último, se podrá acceder a los anexos o soportes de búsqueda de información y desarrollo de las fichas diseñadas, al igual que la bibliografía y cibergrafía, referenciada y no referenciada en el proyecto. Todos ellos se constituyen en las pruebas de la indagación teórica y la ejecución metodológica, en su orden, los anexos son los rastreos de las emisoras, la selección de la muestra final con la que se trabajó y la aplicación de las tres fichas de contenido.

### **Acerca del uso del método etnográfico**

Es importante resaltar que este proyecto se asume desde dos métodos, el primero, que es la etnografía, es el que da los elementos para el diseño y la aplicación de las fichas de contenido necesarias en el desarrollo de la ruta metodológica planteada; el segundo, la investigación aplicada, servirá para plantear el modelo producto final del proyecto, a partir del análisis de la tercera ficha de contenido a la luz de la teoría recopilada en el marco referencial. La etnografía se torna esencial, debido a que es un método que, si bien implica rigor teórico, técnico y metodológico, a su vez es abierto y flexible para ver, registrar y posteriormente analizar las situaciones que se presentan en el transcurso de la investigación (Velasco y Díaz de Rada, 1997), es entonces la perspectiva sobre la cual se ubica el investigador para la creación de una ruta metodológica que permita plantear el modelo de radio ciudadana en internet; no en vano la observación participante es la herramienta ideal para realizar descubrimientos, para examinar críticamente los conceptos teóricos y para anclarlos en realidades concretas, poniendo en comunicación distintas reflexividades que es lo que en última se busca con “La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet”.

Para la aplicación y análisis de la información de las fichas de contenido que se expondrán en los capítulos 1 y 2, fue indispensable pensar en las herramientas de las que se compone el método etnográfico, sobre todo en cuanto a la observación participante, el diario de campo y las fichas de contenido, para acogerse a lo que teóricos como Geertz y Rockwell plantean que debe ser la descripción etnográfica de situaciones particulares que conducen a que “conceptos generales, o megaconceptos sociales, como ideología y por supuesto cultura, dejen de ser meras elocuencias aisladas” (Geertz, 1989).



## **Caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.**

Este capítulo recuenta paso a paso, el diseño, la aplicación y los resultados de la primera ficha de contenido que representa la fase número uno de este proyecto. El instrumento de análisis de información fue diseñado con las pautas de la observación participante de acuerdo a la metodología cualitativa planteada y su objetivo fue caracterizar a las emisoras que se encontraban exclusivamente en internet y que desarrollasen contenidos culturales en Colombia.

***Promoción cultural:** es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual<sup>50</sup>.*

Esta primera ficha de contenido fue pensada para abordar a las plataformas radiales en internet y reconocer en ellas, los elementos dispuestos para la promoción cultural<sup>51</sup> y la manera en que los oyentes se apropian de las herramientas de participación que encuentran en ellas. Igualmente, identifica los formatos radiales que se usan en la exposición de los contenidos de orden cultural, los géneros periodísticos que componen tales formatos y las personas que están detrás de la producción radial. De otro lado, la ficha se preguntó por los principios que las emisoras proporcionan y con los que los programas desarrollan sus temáticas y se preocupó por revisar si efectivamente los contenidos abordados son de carácter cultural, si los temas aportan a la promoción cultural con las características definidas en el marco conceptual (memoria,

---

<sup>48</sup> Tomado del marco referencial acerca de cómo la identidad individual se constituye en la colectiva y la participación atraviesa a ambas - “una sociedad que reconozca la identidad individual será una sociedad deliberadora y democrática, porque la identidad individual se constituye parcialmente por el diálogo colectivo” (Taylor 2001, citado por Sierra Gutiérrez, 2003). La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet, pág. 18.

<sup>51</sup> Mencionadas en el marco conceptual, la promoción cultural se compone de las características de autenticidad, memoria y diversidad, pero estos elementos encuentran su real aplicación en la participación que pueda generar en los que reciben la información.

diversidad y autenticidad) y si permiten que los oyentes tengan una comprensión de su país, además de visualizar su participación como prosumidores<sup>52</sup> en la producción o puesta en común de dichos temas.

***La autenticidad:** hace parte del reino moral, tiene un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998).*

***La diversidad:** visibiliza problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia.*

***La memoria:** elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva porque es el que da cuenta de un relato común.*

Dicho instrumento de recolección de información se aplicó a emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo a las universitarias que dispusieran de podcast<sup>53</sup> en sus plataformas, aclarando que no se tomaron las catalogadas como comunitarias debido a que la Resolución 415 de 2010, las define como aquellas que se crearon con la finalidad de formar ciudadanía. Dos podcast que pertenecieran a un programa de cada una de las emisoras encontradas, programa que desarrollara contenidos que promovieran el interés del pueblo por su propia cultura, fueron finalmente, la materia prima para diligenciar el cuestionario.

---

<sup>52</sup> Se dijo en otro apartado de este proyecto que los prosumidores son una nueva figura para definir a aquellas personas que, además de ser receptores de los contenidos que se exponen en los medios, son productores de los mismos. Lo que se daría en coherencia con las facilidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación a través de internet.

<sup>53</sup> Los podcast son archivos sonoros que alojados en la web, pueden ser archivados y recuperados en el momento en que los oyentes lo requieran.

## El rastreo

Teniendo en cuenta las necesidades del proyecto de encontrar aquellas radios en internet, de interés público y comerciales que desarrollaran contenidos culturales en Colombia, la selección de los programas debió pasar, primero que todo, por identificar a las emisoras que ofrecieran en sus parrillas de programación, tales contenidos. En este sentido, se comenzó la revisión de las fuentes documentales que estuvo un tanto dispersa al inicio, puesto que son incontables las emisoras que ahora disponen de contenidos en la web. Sin embargo, se hizo un alto en el camino para disponer, con la lógica de la herramienta (internet) la manera menos dispendiosa de encontrar la muestra final con la que se abordará la ruta metodológica propuesta para “La Peña Cultural”: modelo de radio ciudadana en internet. De ahí que haciendo uso de los buscadores de la web, se emprende el sondeo y hallazgo de 3 diferentes rutas de internet<sup>54</sup> que agrupan a las emisoras que trabajan contenidos culturales en Colombia, rutas que permitirían encontrar ya clasificadas como culturales, a aquellas emisoras de interés público, comerciales y universitarias que se necesitaban para aplicar el instrumento. Para la indagación de las tres rutas, se implementó la metodología de observación participante a través del diario de campo, inicialmente por medio de tablas en Excel, una por cada tipo de emisora (comercial, universitaria y de interés público) y definir así que se trataban de emisoras que ofrecían contenidos culturales en sus parrillas de programación y que eran, efectivamente, emisoras en internet que combinaban streaming y podcasting en sus plataformas. Una vez efectuado el rastreo, se encontró que:

---

<sup>54</sup> Las Url identificadas para rastrear la muestra final (contenidos culturales) para la aplicación del instrumento fueron:

- a) <http://www.colombia.com/radio/g3/emisoras-colombiana>
- b) <http://www.radiouniversitaria.org/>
- c) <http://www.radioscolombia.com/radiostation-listing-genre%7C=%7CCulturales/0/pre.html/>

La primera ruta, denominada Colombia.com, estaba compuesta por veinticinco (25)<sup>55</sup> emisoras clasificadas como colombianas, de las cuales solo cinco (5) cumplían con las características de ser radios en internet y, finalmente dos (2), ofrecían contenidos de tipo cultural en sus parrillas. De estas dos, una no tiene transmisión en directo vía internet, sin embargo, posee la característica de alojar los archivos en su plataforma para ser consultados y recuperados cuando el oyente lo requiera. Es una excepción que se hace en la consecución de la muestra final, debido a que el contenido y la posibilidad de encontrarlo con posterioridad a su transmisión deben primar frente al hecho de transmitirse en directo.

La segunda ruta, llamada Red de Radios Universitarias de Colombia, agrupaba a cincuenta y cuatro (54) emisoras de este tipo, pertenecientes a cuarenta y cinco (45)<sup>56</sup> Instituciones. La totalidad de estas emisoras ofrecían contenidos culturales, sin embargo, cuatro (4) de ellas no contaban con los dos capítulos necesarios para el desarrollo del instrumento y, cuarenta y nueve (49) incluyendo las cuatro mencionadas, no cumplían con el requisito de ser emisoras en internet. De ahí que la decantación de este rastreo arrojara a solo cinco (5) emisoras con las que se pudiera trabajar.

Por último, la ruta número tres, Radios Colombia, recogía en su plataforma a cuarenta (40)<sup>57</sup> emisoras de orden comercial. Al escuchar y revisar cada una de ellas, se visualizaron, por lo menos siete (7) que ofrecen contenidos culturales, aunque ninguna de ellas clasificó como radio en internet, es decir, que combinara la transmisión en directo con la posibilidad de alojar los podcast en sus plataformas, sobre todo, esta última condición, por eso, no se tomó a alguna de ellas para la muestra, lo que supone en el caso de las emisoras comerciales, una mudanza de la radio análoga a la web. En conclusión, luego de haber rastreado y revisado ciento diez (110)

---

<sup>55</sup> La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet. Anexo 1.

<sup>56</sup> La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet. Anexo 2.

<sup>57</sup> La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet. Anexo 3.

emisoras alojadas en la web, clasificadas como culturales, solo siete (7) cumplieron con todas las características que requería el instrumento para su aplicación en cuanto a ser emisoras en internet. Por lo tanto, para despejar por completo las dudas que pudiera generar el tema del abordaje cultural, se continuó la indagación con miras a caracterizar las emisoras en internet que desarrollasen contenidos culturales en Colombia. Nuevamente el diario de campo fue la herramienta protagonista en la exploración de la programación de cada emisora, puesto que a través de ella, se contrastó que las emisoras filtradas como aquellas exclusivamente en internet, ofrecieran contenidos que promovieran el interés del pueblo por su cultura, así como el sustento teórico y metodológico que cada una de ellas tenía para la producción y difusión de tales contenidos. Un documento en Word diligenciado a partir de la siguiente estructura, permitió identificar a los programas a los que se les administró el instrumento:

- Nombre de la emisora y descripción de la misma.
- Fecha en la que se realiza el rastreo.
- Información que diera cuenta de su estilo para la producción (misión, visión, objetivos, valores, principios, líneas estratégicas, línea editorial, políticas, etc.)
- Nombre del programa y descripción.
- Nombre y descripción del capítulo seleccionado.
- Url del podcast con el que se trabajaría.
- Mención de cualquier otro elemento que diera cuenta de las herramientas de participación alojadas en la plataforma (chat, video, artículo, galería, redes sociales.)

Así las cosas, las siete (7) emisoras analizadas y que se constituyeron en la muestra final para cumplir con el indicador de caracterización de emisoras en internet que desarrollaran contenidos culturales en Colombia, fueron<sup>58</sup>:

### **1. Emisora Acústica de la Universidad Eafit.**

**Fecha de rastreo:** 24 de octubre.

Esta emisora, como otras de este tipo, nace de la necesidad de servir como laboratorio para producir contenidos sonoros por parte de los estudiantes, en este caso, del programa de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias y Humanidades de la Universidad EAFIT. Es un medio que se propone desde la academia, servir para la comunicación cultural a través del aprendizaje colaborativo en la relación estudiante-docente para “impulsar y dar a conocer las producciones de estudiantes del programa de Comunicación y de la comunidad universitaria en general.”<sup>59</sup> Por lo tanto, es su objetivo aumentar la participación de estos públicos en la producción de diversas propuestas temáticas.

Como otras de su tipo, se adhiere a la forma de producción Creative Commons<sup>60</sup>, creyendo que el trabajo creativo, colaborativo y colectivo, puede ser compartido y recreado en la libertad de ponerlos en la red. De ahí que la consigna es que deben ser libres para ser utilizados en otros escenarios y contextos.

Las características que Acústica rescata de esta forma de producir son:

---

<sup>58</sup> La información que se expone a continuación es una parte de la que se recolectó en el diario de campo y algunos apartes fueron tomados de las páginas web en las que se alojan las emisoras seleccionadas como muestra final para el proyecto. La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet. Anexo 4.

<sup>59</sup> Recuperada de: <http://acustica.eafit.edu.co>.

<sup>60</sup> Bienes comunes creativos es una manera de usar y compartir creaciones y conocimientos de manera gratuita y compartirlos a través de internet.

- *Atribución: esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo. Pero dando siempre testimonio de la autoría del mismo.*
- *No comercial: esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero únicamente con propósitos no comerciales.*
- *Compartir igual: esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero únicamente con propósitos no comerciales.*

No obstante, si algunos de sus productores deciden acogerse a la Ley de Derecho de Autor<sup>61</sup> con la licencia que no permite derivación, su decisión se respeta desde el medio. De igual manera, por medio de esta ley, y teniendo en cuenta que su carácter es ser un medio sin ánimo de lucro, con propósitos formativos, usan algunas obras sonoras a título de ilustración.

**Programa:** “Hilos de historia”

Este programa se creó con el fin de servir de espacio para la evocación y remembranza de personajes y momentos importantes de la historia colombiana. Es una tertulia a cargo de Marta Luz Fernández y Olga Romero de Fex, integrantes de Saberes de Vida, programa de la Universidad EAFIT.

**Capítulo:** “Porfirio Barba Jacob”

A partir de datos documentales, ambas locutoras presentan la vida del poeta y periodista colombiano Miguel Ángel Osorio, más conocido como Porfirio Barba Jacob, a través de su

---

<sup>61</sup> Es la ley 23 de 1982.

biografía. Url audio: <http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx>

**Capítulo:** “María Cano”

A partir de datos documentales, ambas locutoras presentan la historia de María Cano, antioqueña considerada la primera política de Colombia. Url audio: <http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx>

## **2. Emisora Señal Radio Colombia**

**Fecha de rastreo:** 4 de noviembre.

Señal Radio Colombia es una emisora que transmite desde Bogotá las 24 horas del día música de compositores colombianos y emite programas culturales sobre arte, actualidad y eventos a realizar en el país<sup>62</sup>. Por ser una emisora de interés público que funciona con recursos de la misma índole, sus principios se dividen en éticos y de la gestión pública. Los primeros agrupan aquellos valores que como emisora quiere proyectar en cada una de sus producciones, como:

- 1. Actuar con justicia, honradez y transparencia.*
- 2. Promover la solidaridad y el trabajo en equipo.*
- 3. Servir con prontitud y sin preferencias.*
- 4. Desechar toda recompensa indebida.*
- 5. Prestar el servicio con eficiencia.*
- 6. Utilizar con pulcritud el tiempo de trabajo.*
- 7. Acoger con temperancia las críticas de la ciudadanía.*

---

<sup>62</sup> Recuperado de: [www.senalradiocolombia.gov.co/](http://www.senalradiocolombia.gov.co/)



8. *Garantizar la participación de la ciudadanía.*
9. *Propiciar el reconocimiento de la diversidad cultural existente en nuestro país.*
10. *Estar preparados para el cambio dinámico y constante.*
11. *Universalizar la programación de los medios bajo nuestra responsabilidad.*

Por su parte, los principios de la gestión pública se refieren a las reglas que deben acatar en la producción de sus contenidos radiofónicos, así:

1. *Los dineros públicos son sagrados.*
2. *La gestión de lo público es transparente.*
3. *No utilizamos el poder del Estado para comprar conciencias y acallar opiniones diferentes a las nuestras.*
4. *El ejemplo de las autoridades es la principal herramienta pedagógica de transformación cívica.*
5. *Planeamos para evitar improvisaciones.*
6. *Trabajamos para que los programas y proyectos de la entidad sean eficientes y eficaces.*
7. *Nuestras relaciones con la comunidad son abiertas y claras y se desarrollan a través de los espacios de participación ciudadana.*
8. *El interés público prevalece sobre el interés particular.*
9. *Las personas que prestan sus servicios son honestas, capaces y comprometidas con la institución.*

*10. La confianza en las personas que dirigen la Glossary Link*

*Administración en todos sus niveles es esencial para garantizar la legitimidad del Estado.*

*11. La vida es el valor máximo y por ello no hay una sola idea ni*

*propósito que amerite el uso de la violencia para alcanzarlos.*

**Programa:** “En Órbita”

Este programa busca la participación en temas específicos, por eso es la plataforma abanderada de esta emisora para publicar archivos de toda índole.

**Capítulo:** “Yo Me Llamo Cumbia”

Se da a conocer el documental “Yo me llamo cumbia”, pensado como publicación audiovisual y que nace con la idea de mostrar –y demostrar- que el origen de este ritmo es colombiano. Url audio: <https://soundcloud.com/enorbitaweb/cumbia>.

**Capítulo:** “Entre ruinas y arte, nace Odeón”

Odeón fue una experiencia exitosa para dar a conocer la cultura que se produce alrededor de todas las artes que participaron en esta feria de arte. Url audio: <https://soundcloud.com/enorbitaweb/odeon>

### **3. Emisora Uniminuto Bogotá de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.**

**Fecha de rastreo:** 12 de noviembre.

La Escuela de Medios para el Desarrollo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, tiene como proyecto principal la emisora virtual UNIMINUTO Radio. El proyecto surge de la necesidad de difundir los resultados de algunas investigaciones de sus programas académicos de la sede principal y en red con sus sedes y centros regionales, para “ser escuchados, debatidos, confrontados y cuestionados por la comunidad académica y los diferentes actores sociales que

tiene UNIMINUTO en su cadena de valor (estudiantes, docentes, administrativos, comunidades, sectores sociales, etc.).”<sup>63</sup> La apertura de este medio, contribuye a la visualización de la Corporación como un espacio multimedia para experimentar y producir pensamiento en pro de la construcción académica, investigativa y de proyección social, bajo nuevo imaginario que convierte en simbolización sonora el resultado de sus procesos.

Las propuestas de quienes deseen producir deben trabajar las temáticas cultural y/o científica, educativa, artística y de medio ambiente para ser emitidas. Los interesados deben inscribir las propuestas en la emisora adjuntando un documento en el que las expliquen. Quienes envíen el documento deben denominarse colectivos de producción radial y estar conformados por docentes, estudiantes y funcionarios de la Institución; también pueden ser personas externas siempre que la dirección del colectivo esté bajo un integrante de la Corporación.

**Programa:** “Colombianidades”

El programa Colombianidades trata de exponer la diversidad cultural de Colombia, al recoger informaciones sobre las tradiciones de una región específica de la geografía, a través de su economía, turismo y gastronomía. Dichas informaciones se comparten bajo el hilo conductor de la música y los personajes destacados de cada región. Url audios:

[http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p\\_p\\_id=110\\_INSTANCE\\_abhrHIklfbh6&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-2&p\\_p\\_col\\_pos=2&p\\_p\\_col\\_count=3&\\_110\\_INSTANCE\\_abhrHIklfbh6\\_struts\\_action=%2Fdocument\\_library\\_display%2Fview\\_file\\_entry&\\_110\\_INSTANCE\\_abhrHIklfbh6\\_redirect=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%3Fp\\_p\\_id%3D110\\_INSTANCE\\_abhrHIklfbh6%26p\\_p\\_lifecycle%3D0%26p\\_p\\_state%3Dnormal%26p\\_p\\_mode%3Dview%26p\\_p\\_col\\_id%3Dcolumn-](http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p_p_id=110_INSTANCE_abhrHIklfbh6&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=2&p_p_col_count=3&_110_INSTANCE_abhrHIklfbh6_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&_110_INSTANCE_abhrHIklfbh6_redirect=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%3Fp_p_id%3D110_INSTANCE_abhrHIklfbh6%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-)

---

<sup>63</sup> Recuperado de: <http://radio.uniminuto.edu>

2%26p\_p\_col\_pos%3D2%26p\_p\_col\_count%3D3&\_110\_INSTANCE\_abhrHIklfbh6\_fileEntryI  
d=1000003827041

**Capítulos:**

El Casanare: un paso por la cultura llanera a través de un artista musical.

La Costa Atlántica: destinos turísticos más importantes de Colombia.

**4. Emisora Cámara de Comercio, programa en convenio con el Museo de Antioquia**

**Fecha de rastreo:** 4 de diciembre.

El Museo de Antioquia se ideó la manera de transmitir su agenda en un medio vía internet al cual denominó EL Citófono. Este programa que se produce y emite una vez por semana en convenio con la Cámara de Comercio, también se aloja en la página web del Museo y busca difundir la cultura mediante entrevistas a algunos artistas y contenido de orden informativo de la programación que este equipamiento cultural oferta en la ciudad. Teniendo claro que más que emisora es el medio radial del Museo de Antioquia, este último tiene como misión: coleccionar, conservar, interpretar y promover el patrimonio de Antioquia, para dinamizar sus prácticas artísticas en el ejercicio de “contribuir a la transformación social, a través de una interacción educadora con la comunidad local, nacional e internacional.”<sup>64</sup>

Como toda organización, posee unas líneas estratégicas para su gestión, y el medio radial se encuentra enmarcado en las siguientes:

- 1. Investigación e interpretación: generar conocimiento a partir de los valores simbólicos asociados con el patrimonio de Antioquia y sus relaciones con la comunidad, local nacional e internacional.*

---

<sup>64</sup> Recuperado de: [www.museodeantioquia.co/categoria/citofono/](http://www.museodeantioquia.co/categoria/citofono/)

2. *Vinculación social y educativa: generar experiencias sensibles que aporten a la construcción de sujetos reflexivos a partir de procesos de mediación, relación y diálogo con comunidades, grupos de interés y públicos, con base en el conocimiento de los mismos.*
3. *Gestión de tecnología: desarrollar nuevas formas de relación e interacción con el público del Museo de Antioquia que garanticen su sostenibilidad en el tiempo a través de la innovación y el uso de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.*

**Capítulo:** “El Citófono, última emisión 2013”

En la última emisión de El Citófono del 2013, Ana Piedad Jaramillo, directora del Museo de Antioquia, hace un balance del año y de los proyectos expositivos del 2014. Url audio:

<https://www.museodeantioquia.co/citofono/1-de-diciembre/#prettyPhoto>

**Capítulo:** “El Citófono, 17 de noviembre”

Raúl Cristancho, curador de la exposición “¡Mandinga sea! África en Antioquia”, habla de los artistas colombianos invitados para la muestra y del diálogo entre los objetos históricos con las obras de arte. De igual manera se trata el tema de la agenda de exposiciones para finalizar el año 2013. Url audio: <https://www.museodeantioquia.co/citofono/17-de-noviembre/>

## **5. Emisora UN Radio de la Universidad Nacional**

**Fecha de rastreo:** 20 de diciembre.

La Universidad Nacional de Colombia con su Unidad de Medios de Comunicación en los que alterna periódico, televisión y la radio, manejan una programación que va dirigida especialmente para su comunidad académica a lo largo de sus sedes en todo el territorio nacional

y para el público externo.<sup>65</sup> Por ser pública, trabaja con el manual de estilo de la Red de Radio Universitaria de Colombia. Sus principios, al igual que los de Señal Radio Colombia, se dividen en éticos y de la gestión pública.

**Programa:** “Museos en Vivo”

Este espacio radial se crea con el fin de ampliar el acceso del público al patrimonio cultural de la Universidad Nacional, al proponer otros horizontes para la gestión del patrimonio cultural, a partir de la cultura científica, la memoria histórica y la conciencia y cuidado de los recursos del medio ambiente.

**Capítulo:** “Flora+ars+natura”

William Alfonso Rojas conversa con la directora ejecutiva de la Fundación Flora+ars+natura, en compañía de César Valdéz estudiante de la Escuela de Artes de la Universidad Nacional y Uriel Landino estudiante de la Escuela de Artes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, sobre este nuevo museo con tendencias contemporáneas recién abierto en Bogotá.

Url audio: <http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html>

**Capítulo:** “Memoria viva del hospital San Juan de Dios”

A raíz de la celebración del Día del Médico 2013, se le rinde homenaje al cuerpo médico de la primera institución médica del país, el Hospital San Juan de Dios. El programa cuenta la inspiración de la exposición que se encuentra allí y la enlaza a datos históricos de la edificación.

Url audio: <http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html>

## **6. Emisora Altaír de la Universidad de Antioquia**

**Fecha de rastreo:** 2 de enero

---

<sup>65</sup> Recuperado de: [www.unradio.unal.edu.co](http://www.unradio.unal.edu.co).

Altaír nace el 14 de abril del año 2000 como una propuesta hecha a partir de un trabajo de grado de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia en Medellín y se constituyó en la primera emisora virtual en América Latina. Actualmente funciona como un laboratorio de contenidos transmedia por medio de la comunicación digital, la producción hipermedia y la formación en comunicaciones que se ha ido transformando con el pasar de los años. Los contenidos que se diseñan, producen y difunden allí, responden a los principios de:

- 1. Contribuir a la formación de profesionales idóneos en un espacio de práctica real con el apoyo de las TIC.*
- 2. Servir de referente para la creación de iniciativas innovadoras de comunicación digital.*
- 3. Articular los procesos de investigación, docencia y extensión mediante el trabajo colaborativo, en aras de un aporte social de impacto considerable.*

Es esencialmente educativa y se adhiere a la producción bajo la licencia Creative Commons como lo hace Acústica, y su premisa es que el material alojado puede utilizarse como insumo para los procesos de enseñanza-aprendizaje en diferentes niveles de escolaridad.

Misión<sup>66</sup>

Altaír es un espacio de investigación que orienta la búsqueda de nuevas soluciones y productos comunicativos orientados a las nuevas dinámicas de producción y consumo de contenidos en soportes digitales.

Su línea editorial está basada en la producción, edición y montaje de contenidos en tres formatos: texto, video y audio. Al ser un medio de comunicación institucional, los recursos que

---

<sup>66</sup> Recuperado de: [altair.udea.edu.co](http://altair.udea.edu.co)

la sostienen son aportes de la Universidad de Antioquia, sin embargo no es un canal oficial de la Universidad, debido a que produce en torno a las experiencias locales, regionales y nacionales, de la mano de estudiantes y profesores, temáticas enfocadas a destacar lo científico, cultural y social de dichas experiencias. Desde su quehacer busca generar una reflexión acerca de los dispositivos móviles, pues son los que lideran el acceso a los contenidos y los que han cambiado la relación de los consumidores con tales productos, ciudadanos conectados con intereses particulares pero también con conocimientos y experiencias.

**Programa:** “A toda voz”

Es un programa de periodismo cultural que evoca la diversidad de voces y culturas que circulan en la Alma Máter, profundiza en la construcción de identidad, en la formación de gusto estético por las diferentes expresiones artísticas desde el universo de personas, pensamientos, culturas y gustos existentes en la Universidad de Antioquia como escenario abierto a la ciudad y al mundo<sup>67</sup>.

**Capítulo:** “Afrocolombianidad”

El programa gira alrededor de una entrevista y se hace en el marco de la celebración de la Afrocolombianidad para rescatar datos de su historia en el desarrollo de las tradiciones y manifestaciones culturales del territorio colombiano. Url audio:

<http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/382-afro>

**Capítulo:** “Cultura a las subregiones”

Es la puesta en común de los “circuitos culturales”, jornadas con presentaciones de diferentes artes, realizadas por la Universidad de Antioquia en varios municipios del departamento. Url audio: <http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/113-cultura-a-las-subregiones>.

---

<sup>67</sup> Recuperado de: [altair.udea.edu.co](http://altair.udea.edu.co)



## 7. Emisora UFPS Estéreo de la Universidad Francisco de Paula Santander

**Fecha de rastreo:** 10 de enero de 2014.

Es la emisora de la Universidad Francisco de Paula Santander en Ocaña, Norte de Santander su objetivo es “servir de enlace entre la universidad y la comunidad como generadores de desarrollo”<sup>68</sup> y ofrecer diferentes proyectos que sean de interés para la comunidad. De acuerdo a su descripción, esta emisora cumple funciones sociales, educativas y de entretenimiento e información, como lo pide la norma que rige la producción radial análoga en Colombia. Siendo un medio de interés público que sirve desde la institucionalidad, sus políticas y principios presentan esta misma división, así:

Principios Institucionales: responsabilidad, respeto, compromiso, justicia, lealtad, imparcialidad y transparencia.

Principios en medios de interés público:

1. *Actuamos y participamos de acuerdo con la misión y objetivos de la Universidad, enmarcados por la honestidad, lealtad, responsabilidad y compromiso institucional.*
2. *Respetamos a nuestros oyentes que son el activo máspreciado que nos diferencia y otorga ventajas competitivas.*
3. *Nuestras acciones se orientan a cumplir y superar las expectativas del ser humano como símbolo al desarrollo social del país.*
4. *Contribuimos al desarrollo sostenible de oyentes en nuestras áreas de influencia radial.*
5. *Los integrantes de la U FM son una solución a sus preguntas.*

---

<sup>68</sup> Recuperado de: [www.laufm.ufpso.edu.co/](http://www.laufm.ufpso.edu.co/)

6. *Informamos con neutralidad en el conflicto entendiendo la paz como constructora del desarrollo.*
7. *Fomentar y fortalecer el sentido de pertenencia por nuestra institución fortaleciendo los lazos de amistad y armonía.*
8. *Permitir la participación a los diversos actores, promoviendo directamente espacio de participación ciudadana.*
9. *Derecho a la información.*
10. *Construcción de lo público.*
11. *Responsabilidad social.*
12. *Atención a sectores en situación de vulnerabilidad.*

Podcasting la UFM: realmente no se trata de un programa, sino de archivos sonoros que han sido alojados en la plataforma, archivos aislados, sin una continuidad temática y por eso no se habla de capítulos.

**Podcast:** culturas colombianas Nukak Makú.

Por medio del radio arte este podcast expone la problemática de los Nukak Makú, siendo una tribu que se encuentra a punto de desaparecer. Url audio:

[http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio\\_contenido](http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio_contenido)

**Podcast:** el Biblioburro

Es la recopilación de una serie de informes que se hicieron en varios medios de comunicación, acerca de Luis Soriano, una persona que viaja en burro por los pequeños pueblos de Colombia para compartir su colección de libros. Soriano la creó convencido de que poner libros al alcance de la gente que no los tiene podría mejorar esta pobre región, y tal vez incluso Colombia. Url audio: [http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio\\_contenido](http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio_contenido)

## El cuestionario

Pasada la etapa de indagación y selección de las emisoras que compondrían la muestra final de este proyecto, se procedió a la aplicación del primer instrumento. Pensar la herramienta a partir de algunos conocimientos previos acerca de la producción radial, permitió plantearse varias preguntas que posteriormente el instrumento debería resolver para lograr una caracterización a la luz rigurosa de la investigación etnográfica. La herramienta se compone de un encabezado, una primera parte “en cuanto a la forma”, una segunda parte “en cuanto al contenido”, glosario de términos a manera de marco para esclarecer cómo se entienden para este proyecto y por último, una nota aclaratoria de la referencia bibliográfica.

<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.	<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).	<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.		
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.	<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.	<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural		
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.		

*Glosario de términos y nota aclaratoria, parte final de la ficha de contenido #1*

Inicialmente la ficha se identifica con un consecutivo<sup>69</sup> y posteriormente se pone el nombre de la investigación. Se aclara que es una ficha de contenido para resolver el primer objetivo del proyecto, “La Peña Cultural”: modelo de radio ciudadana en internet. Se establece como indicador, la caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia. El encabezado permite la delimitación del objeto que se someterá al instrumento, además de la tipificación de los programas en cuanto a contenido y producción, el

<sup>69</sup> \*MRCI/PC siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural

registro de una información básica como la fecha de rastreo, el nombre de la emisora, del programa y la dirección web en la que se encontró, pensando en la posterior consulta de este proyecto.

			*MRCI/PC:
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>			
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>			
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.			
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.			
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su			
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b>			
<b>Cuestionario</b>			
<b>Emisora:</b>	<b>Nombre del podcast:</b>	<b>Programa:</b>	
<b>URL:</b>			

*Encabezado de la ficha de contenido #1*

La primera parte del instrumento, se compone de 5 preguntas y aborda todo el tema de la forma, en otras palabras, está imaginada para que por medio de la visualización de las plataformas y la navegación en ellas, se pudiesen rescatar a manera de selección, los mecanismos de los que éstas disponen para la participación de los oyentes y corroborar si tales mecanismos son usados por esos oyentes, toda vez que la radio en internet es convergencia de medios y se supondría, debería tener al alcance elementos para garantizar la participación ciudadana. Se pregunta entonces por algunas herramientas como el chat, los videos, los artículos, la galería de imágenes y las redes sociales, para terminar con una casilla en la que se pudiera describir la forma en la que son usadas y por quiénes son usadas.

Seguidamente se aborda el tema de los formatos con los que las emisoras exponen los contenidos, entendiendo que el formato es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, y dicha publicación debe, a su vez, componerse de géneros radiofónicos. De ahí que se eligieran para esta búsqueda, formatos que tradicionalmente se han utilizado en el medio radiofónico como los de opinión, el informativo, el magazín, el dramatizado y el documental, además de aquellos géneros como la crónica, el reportaje, la

noticia, el perfil, el informe y la entrevista. Estos géneros, trabajados a partir de alguno de los formatos mencionados, evidenciarían una metodología de transmisión de contenidos acorde con las necesidades del medio del que hicieran parte.

Como última valoración frente a la forma, apareció la interrogante acerca de los productores de esos contenidos que más adelante se analizarían, puesto que tradicionalmente han sido personas contratadas por las emisoras las que producen en compañía de algún experto que apoye las temáticas a tratar. Sin embargo, la evolución del medio y la información expuesta en el marco tecnológico construido, permitirían plantearse otros, como los mismos oyentes, pensados desde la perspectiva de la convergencia de medios como prosumidores de contenidos. No obstante, aparte de suponer productores de tipo staff, expertos y oyentes, se dejó una casilla en el instrumento en la que se pudiera agregar, luego de la primera escucha de los podcast, otro tipo de productor que pudiese ser identificado.

En cuanto a la forma								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	Descripción
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	Descripción
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	Descripción
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	Descripción
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	Otros ¿Quiénes?	

Primera parte de la ficha de contenido #1

La segunda parte del diseño de esta ficha, también para la resolución de 5 preguntas, se enfocó a examinar el contenido que se presenta en los podcast seleccionados, entendiendo que toda programación se encuentra planeada y direccionada a cumplir con unos propósitos que son trazados desde el deber ser de cada emisora en su concepción como medio de comunicación. Ciertamente las emisoras seleccionadas como muestra y en general las que funcionan en Colombia, se encuentran enmarcadas en una tipología dispuesta en la Resolución 415 de 2010 y

pertenecen a un sector social que le implica pensarse temáticas que le apunten a públicos objetivo y que, en últimas la distingan de las demás. Por esta razón, la primera pregunta planteada en la segunda parte de este cuestionario pretendía averiguar por los principios que le dan vida a esa programación, estilo editorial intencionado que es entregado por el medio de comunicación, pero que finalmente se convierte en el marco de producción para tales programas.

En la medida en que se trata de confirmar que los podcast recogidos para la aplicación del instrumento efectivamente transmiten contenidos de tipo cultural y, reconociendo que lo cultural a su vez se encuentra atravesado por otras construcciones, la segunda pregunta intenta esclarecer cuáles de esos ámbitos (sociedad, arte, entretenimiento, educación y política) además del cultural, se despliegan en estos programas. Ello permitirá más adelante, comprender que la cultura no es una categoría aislada y que desde el tratamiento que se le dé, puede ser el tema central de un programa radial con variables que la influyen en un momento histórico determinado, en un territorio y una sociedad que reflexivamente se adhiera a ella, a pesar de su condición de complejidad.

Debido a que la participación es una característica indisoluble en la relación del ciudadano con el espacio público, se hace necesario ahondar sobre el aporte que las temáticas identificadas, hacen para poner en común diversidad de discursos, compartir una memoria o criticar los discursos de los demás. Se explica como una necesidad, el hecho de comprender tales aportes, porque el marco legal que se establece a partir de la Constitución de 1991 emprende la lucha de reconocer en la diversidad que compone la cultura colombiana, las afinidades que podrían ser relato común en la memoria individual y colectiva puesta en la mesa de la pluralidad del espacio público. Precisamente es lo que se busca esclarecer por medio de las preguntas 7 y 8, la primera, desde el rescate de las características que debe poseer la promoción cultural y la

segunda, desde la comprensión del país en la contribución a la reconstrucción de un relato común.

Por último, no se podía dejar a un lado el tema de la radio en internet. Siendo este un proyecto que se dio a la tarea de proponer un modelo de radio ciudadana, una de las características principales que desde el marco tecnológico se visualizó de este tipo de comunicación es que, con la convergencia de medios, aparece un nuevo agente que es receptor y a su vez creador de los contenidos que le son entregados en las plataformas multimediales. Por eso, es importante preguntarse si este prosumidor no ha quedado únicamente en la teoría y si en su ejercicio, puede ser un ciudadano que reflexivamente participe en la herramienta y construya, o mejor, comparta desde su saber propio, su visión del mundo. Ese saber propio es fundamental a la luz de la promoción cultural y de la idea del rescate de un relato común, puesto que es ese tipo de cultura en la que se basará este modelo de radio “La Peña Cultural”. La décima pregunta de este instrumento, fue pensada entonces para averiguar si la figura del prosumidor se presenta en los 14 podcast seleccionados y si su aporte es hecho desde el compartir sus experiencias personales, costumbres y prácticas cotidianas de su territorio específico o, desde el aprendizaje en algún arte (música, danza, teatro) que haya tenido en su diario vivir.

En cuanto al contenido								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	Principios						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	Descripción
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria	Criticar los discursos de los demás		¿Cómo?	
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	¿Cómo?						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas	Relacionados con algún arte		¿Cuál o cuáles?	

Segunda parte de la ficha de contenido #1

Ficha de contenido #1

								*MRCI/PC:
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b>								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b>			<b>Nombre del podcast:</b>			<b>Programa:</b>		
<b>URL:</b>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b>
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b>
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
<b>En cuanto al contenido</b>								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?				<b>Principios</b>			
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b>
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás		<b>¿Cómo?</b>
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b>						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas		Relacionados con algún arte		<b>¿Cuál o cuáles?</b>
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).			<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.			
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996, (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.								
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.			<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.			
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural								
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.								

\*Ficha de contenido número 1, para la caracterización de emisoras en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia. Proyecto - La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet basado en investigación.



## Resultados de la aplicación

Se recuerda entonces que esta ficha fue aplicada a catorce (14) podcast de siete (7) programas pertenecientes al mismo número de emisoras (7) identificadas y seleccionadas.

### 1. ¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?

Aunque la mayoría de las páginas navegadas permiten la fácil identificación de las herramientas y programas que se encuentran alojados, una de ellas, la plataforma de la UFPS de Ocaña es desordenada y cada elemento, la forma en que lo distribuyen y su colores, que se pueden entender como institucionales, generan ruidos que no permiten identificar de manera fácil y oportuna sus contenidos. Por ser una plataforma multimedial<sup>70</sup>, la radio en internet debe ser cuidadosamente diseñada para garantizar que los oyentes puedan, visualmente, navegar a través de sus contenidos sin lugar a perderse. La distribución de los elementos debe ser justificada y limpia, solo así se garantizará la adecuada navegación y recuperación de los contenidos que ofrece.

En este orden de ideas, la muestra total seleccionada y sometida al instrumento, posee en sus plataformas alguna herramienta de participación (chat, video, artículos, galería y redes sociales) así:

- Chat: cinco emisoras lo poseen.
- Video: tres de las emisoras tienen videos para reforzar los contenidos compartidos en el programa.
- Artículos: cinco de las emisoras también refuerzan los contenidos sonoros con algún escrito alojado en la página.

---

<sup>70</sup> Anunciados en el marco tecnológico, la multimedialidad no es otra cosa más que la convergencia de medios en una misma plataforma. El que sean varios medios en una misma web, implica que se puedan encontrar también, innumerables contenidos.

- Galería: si bien no todas las imágenes se enmarcan en galería, seis de las plataformas sí tienen fotografías e ilustraciones para acompañar visualmente el contenido sonoro.
- Redes sociales: todas las emisoras sometidas al instrumento poseen la herramienta redes sociales, las más destacadas de ellas son Facebook y Twitter.

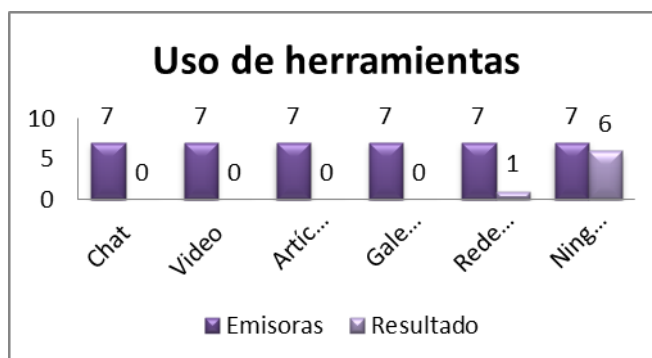
Aunque se piense que no, la oportunidad de hallar todos estos elementos en una misma plataforma y con un diseño entrópico, hace que la consulta se dificulte y el oyente en variadas ocasiones, suprima su deseo de participar.



## 2. ¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?

Como se pudo verificar con anterioridad, la muestra total de emisoras tiene alguna de las herramientas que se mencionaron en el instrumento, sin embargo, cuando se fue a tales herramientas para indagar por la participación de los oyentes, se encontró que en ninguna de ellas se visualiza la participación de quienes oyen los programas. Los artículos no tienen intervención alguna, son escritos desde el staff para los oyentes y no ofrecen el deber ser de estar alojados en una web, es decir, no cuentan con el hipertexto del que tanto se habla en los debates de convergencia de medios. Los chat se encuentran vacíos de comentarios, lo cual es preocupante porque se pensaría que éstos son el medio ideal para dejar las opiniones que les generan los programas. Los videos no se ven llevados a otros escenarios, siendo elementos hipermediales que pueden ser embebidos o compartidos a través de sus Url. Las fotografías

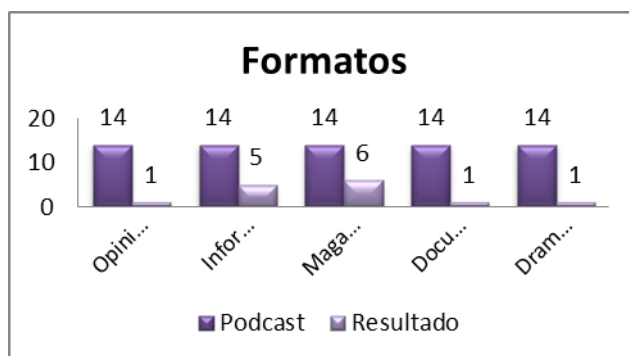
tampoco son opinadas, hecho que permite pensar que no generan el suficiente malestar o beneplácito para usarlas como referencias en otros espacios de la red. Las redes sociales en su mayoría son del medio de comunicación, más no del programa, lo cual puede producir efectos de cohibición por parte del oyente porque podría suponer que para participar, tendría que hacerlo acerca de la totalidad de la emisora y no, únicamente del contenido en el que está interesado. Las redes sociales están en boom de uso, lo que no se ve reflejado, por lo menos, en estos espacios revisados. ¿Será que los contenidos no mueven suficientemente el interés de las personas para abocarlos a hacer uso de las herramientas? o ¿el nivel de participación en Colombia sigue en el estado embrionario de la era moderna después de 23 años de vigencia de la Constitución que reivindicó este derecho?



### 3. ¿Cuál es el formato del programa?

El formato predominante para abordar contenidos culturales es el magazín (6), lo que podría deberse a que este tipo de formato es flexible para el tratamiento de los contenidos y se puede componer de cuantos géneros se desee. Las generalidades de los tipos de magazín encontrados son: su duración entre 30 y 60 minutos dependiendo del programa, la entrevista y la música como hilos conductores del programa y el uso del cabezote y la cortina como elementos de identidad del programa. Por lo visto, el documental, el dramatizado y el programa de opinión no son los favoritos a la hora de comunicar temáticas culturales, lo que es extraño a los ojos de

quien investiga, puesto que los dos primeros pueden explotar mejor los recursos radiofónicos (voz, efectos de sonido, música y silencio) y explorar las temáticas desde diversos puntos de vista como lo hace el programa “culturas colombianas Nukak Makú”, al intentar poner al productor en el rol del protagonista de la problemática. Parece que el informativo, producido desde la institucionalidad, es el aliado en el momento de difundir agendas, programaciones y sucesos importantes acaecidos en las organizaciones, no en vano, cinco (5) de los podcast analizados se inscriben en este formato. La metodología del formato magazín puede ser más cómoda para los realizadores, sin embargo, con el tiempo puede volverse acartonada y el mensaje, convertirse en información más de agenda que de diálogo, necesario este último para ella formación de la ciudadanía.

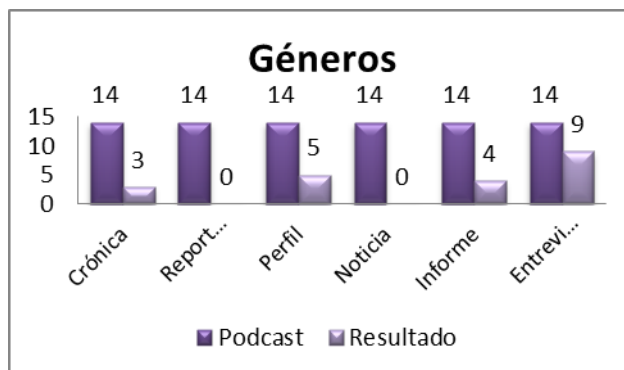


#### 4. ¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?

No sorprende encontrar que trece (13) de los podcast revisados combinen dos o más géneros periodísticos para narrar los contenidos, cuando seis (6) de ellos se inscriben en el formato magazín. Es relevante el hecho de que en todos los podcast, prima el discurso entregado en toda facultad de comunicación cuando se advierte sobre el tratamiento de la información de una manera ecuánime y que la entrevista es el mejor camino para lograrlo. Sin embargo, a la luz de la promoción cultural que le preocupa a este proyecto, este tratamiento de la información puede ser nocivo, en tanto la verdadera promoción que se busca para la formación de una

ciudadanía reflexiva es aquella que mueve fibras, que incita a la participación desde la experiencia y el saber heredado, desde la interculturalidad que exhibe Colombia y no, una información impuesta por el medio y quienes lo producen. Queda la tarea de revisar a la entrevista como herramienta para la obtención de información o como género, sobre todo cuando en la radio, el uso de la entrevista se vuelve acartonado y se pierde en muchas ocasiones, la oportunidad de explotar los recursos radiofónicos, que en su generalidad, son mejor aprovechados en otros géneros como la crónica, el perfil y el reportaje.

En nueve (9) de los catorce (14) podcast escuchados, el género de la entrevista es el conductor del contenido. Dos (2) combinan el informe y el perfil; dos (2) más, combinan crónica y perfil; cuatro (4) combinan informe y entrevista; dos (2) son solo entrevista; dos (2) son solo crónica y dos (2) más, únicamente perfil.



## 5. ¿Quiénes producen los contenidos del programa?

Teniendo en cuenta que esta radio en internet se piensa como una menos compleja para producirse, con herramientas más amables como las que se pusieron en común en la pregunta de canales de participación, es un desconcierto encontrar que los oyentes no son los protagonistas y no aportan a la producción de los contenidos de estos programas. El modelo de producción es similar al de las emisoras análogas, en tanto es el staff de cada emisora, el responsable de asegurarse de que los contenidos salgan al aire.



Por otra parte, el hecho de que los expertos sean una parte importante en el desarrollo de las temáticas tiene sentido, más si la entrevista es el género predominante para el tratamiento de la información. No obstante, aparecen otros productores, unos que experimentan sobre la marcha y que toman a la emisora como un laboratorio de aprendizaje continuo y colaborativo; finalmente sí existen otros productores, los estudiantes de las Universidades que se han dado a la tarea de abrir estos espacios para reforzar lo que imparten desde la academia, ahora, ¿se puede llamar a estos estudiantes, prosumidores? Nuevamente la reflexividad en el marco de la acendrada tolerancia de la que habla Thiebaut, se pone a prueba en estas plataformas, cuya función como esferas públicas, sería la de propiciar la adhesión del ciudadano a su cultura a través de la participación en ellas.

**6. ¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?**

A pesar de ser emisoras que pertenecen a una Institución en particular, cinco (5) de las emisoras seleccionadas hacen parte de un colectivo “Red de Radios Universitarias de Colombia”, y se adhieren a los principios de esta red, que además es de interés público. Por eso tampoco extraña que las dos (2) restantes de esta muestra, que también son de interés público, trabajen con el mismo cúmulo de principios, que se traen a colación a continuación:

1. *Tratar a todas las personas y oyentes con respeto y cortesía.*

- 2. La universalidad: tener como propósito llegar a las comunidades de todo género que conforman la sociedad.*
- 3. Reconocer y respetar los derechos fundamentales del ser humano. Especialmente, el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que establece la libertad de expresión y opinión.*
- 4. Respetar la honra, la intimidad y el buen nombre.*
- 5. Velar para que los contenidos de los programas no sean racistas ni utilicen lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con raza o grupo étnico alguno.*
- 6. Cuidar el uso del lenguaje y el humor por parte de redactores, productores y locutores. No utilizar lenguaje despectivo o sarcástico en relación con la mujer ni con personas de la orientación sexual o política que fuere.*
- 7. Dar la debida importancia a los mensajes que reconozcan la diversidad en todas sus formas: cultural, sexual, racial, política u otra. Promover espacios de participación que muestren la diferencia como algo positivo.*
- 8. Dar participación a las personas, sin discriminación o prejuicio de ningún tipo.*
- 9. Evitar los juicios moralistas por parte de presentadores, locutores o periodistas que refuercen los prejuicios sociales.*

*10. Velar para que la programación de las emisoras no emplee lenguaje, ni incluya o difunda material considerado pornográfico u obsceno.*

*11. Consultar varias fuentes y establecer su idoneidad, con el propósito de lograr información objetiva.*

*12. Tomar posición en casos de discriminación, violación, injusticia o violencia de cualquier tipo.*

*13. No promover ni incentivar la violencia bajo ninguna de sus formas.*

Es gratificante comprobar que estos principios son una ruta de navegación que va en concordancia con lo que se necesitaría a la hora de producir, compartir y retroalimentar a las plataformas en cuanto a promoción cultural. Algunos de ellos reafirman a la diversidad, a el respeto y a la libertad, como características fundamentales para el desarrollo de la participación en el marco de la democracia, en tanto reconocen y respetan los derechos fundamentales del ser humano; promueven el acceso a los contenidos por parte de cualquier comunidad, postulan la importancia de que los mensajes emitidos reconozcan la diversidad en todas sus formas y no incentiven la violencia y discriminación en relación con raza o grupo étnico alguno bajo ninguna de sus formas.

Una vez más se hacen visibles todas las condiciones legales para la formación den una ciudadanía desde la promoción cultural, con todas las garantías para la participación, aunque los hechos, por lo menos en lo que se lleva del desarrollo de este proyecto, indican que dicha participación no se está dando en estas esferas comunicacionales.



7. ¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?



Efectivamente todos los programas cumplen con las características de dedicarse a divulgar la cultura, aunque también tratan temas de sociedad, arte, política, educación y entretenimiento, pero son añadiduras al formato. Esto quiere decir que todos los programas cumplen con las características de difundir contenidos relacionados con la cultura, o como la define la ley 397 de 1997 “conjunto distintivo de rasgos espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias” y que el tipo de promoción cultural caracterizada corresponde a poner en común: datos, personajes, grupos étnicos y lugares de Colombia, además del fomento y difusión de las actividades que realizan las Universidades y otros espacios que, de por sí, ya tienen una asociación con lo cultural, específicamente con el arte, la música, el teatro y la danza, como los museos. Se reitera entonces que este tipo de promoción cultural es exactamente la que le interesa a este modelo, más aún, si quienes la producen no son los protagonistas de ella. La promoción ideal, definida a partir del marco conceptual, es aquella en la que tengan cabida los saberes populares, las experiencias personales, tradiciones y costumbres compartidas en una plataforma como la radio en internet, con el propósito del diálogo y el consenso en la diversidad y pluralidad.

**8. Las temáticas abordadas en el programa aportan a...**



En cinco (5) de los podcast analizados, las temáticas aportan a poner en común diversidad de discursos y compartir una memoria; otros cuatro (4) de ellos se dedicaron a compartir una memoria; cuatro (4) más, solo ponen en común diversidad de discursos y el último, critica algún discurso establecido.

Hay que tener en cuenta que la diversidad de discursos puestos en común, es la diversidad de los expertos, el staff y los estudiantes que produjeron los programas, no la de los oyentes. De igual manera, la memoria compartida, es una memoria seleccionada, elegida y priorizada por los mismos productores. Con esto se pone en evidencia que en la producción continúa preponderando el hecho de poseer los medios y recursos, además de la formación (empírica o académica) en este caso, de los que producen y que, mientras no se permita un ejercicio de participación en el diseño y divulgación, la información que se exponga, en su mayor parte, continuará respondiendo a las necesidades de quienes se dan a la tarea de buscarla y a la visión que quede de su interpretación.

La memoria y la autenticidad individuales darían cuenta de la diversidad de los sujetos en Colombia y estos elementos puestos en diálogo en la plataforma, reivindicarían la autonomía de un ciudadano reflexivo en el marco de la acendrada tolerancia.

**9. ¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?**

Trece (13) de los podcast revisados permiten, desde diversos puntos de vista, una comprensión del país. Desde momentos históricos, personajes insignes, prácticas, costumbres y lugares importantes. Solo uno es de carácter institucional y recupera un patrimonio intangible (información) acerca de esa Institucionalidad. En este sentido, se hace una aclaración capítulo por capítulo, de las temáticas y la forma en que su tratamiento permiten a los oyentes, desarrollar una comprensión del país.

Hilos de Historia, María Cano y Porfirio Barba Jacob: la biografía es el hilo conductor para contar la importancia de las acciones que estos personajes tuvieron en su época en el país y, cómo esas acciones impulsaron un país diferente. Es una información histórico-biográfica y contribuye al fortalecimiento de la memoria histórica del país.

En Órbita, entre ruinas y arte, nace Odeón: contribuye en la medida en que participaron diversidad de visiones del arte colombiano en la feria Odeón. Si bien es cierto que cuenta una experiencia, los productores permitieron comentarios de tipo histórico y memoria actual del arte contemporáneo, además de la dinamización cultural en la ciudad de Bogotá.

En Órbita, Yo me llamo cumbia: contribuye en tanto es un recorrido histórico del ritmo de la cumbia. Se dice que la cumbia nació en Colombia y el programa, que indaga sobre el documental, arroja datos específicos de fechas, personajes y lugares importantes en su desarrollo.

Colombianidades, la Costa Atlántica y el Casanare: en la medida en que comparten información específica de una región colombiana. Realizan un recorrido por la geografía de la Costa Atlántica (Cartagena, Barranquilla, Santa Marta) y la de los llanos orientales, con datos de

interés para el turismo. Esto le permite al oyente comprender un poco más de las dinámicas que en dicha región se dan.

El Citófono, última emisión del 2013 y emisión del 17 de noviembre: en la última emisión del 2013, una invitada es una experta del saber popular de la cocina chocoana y expone desde su memoria, un saber ancestral. En general, los expertos brindan información no solo de las exposiciones, sino también de los momentos históricos que las inspiraron, así como sus culturas.

UN radio, flora+ars+natura: contribuye desde el desarrollo del tema de lo ambiental, la entrevista que se hace para comprender el proyecto flora+ars+natura (museo) e invita a responder por el deber ecológico que tenemos todos para la preservación del patrimonio cultural. Se trata de entender de otra manera la naturaleza para preservarla.

UN radio, memoria viva del hospital San Juan de Dios: permite la comprensión de un lugar patrimonial para una Institución específica. Sin embargo, es una experiencia para la recuperación de la memoria sobre la salud en Colombia.

Altaír, Afrocolombianidad y cultura a las subregiones: permite la comprensión toda vez que menciona el marco legal Ley 70 de comunidades negras y Constitución Política 1991 y, pide una reflexión al marco jurídico para que a partir de éste se reivindique la identidad de esta etnia. En el caso de cultura a las subregiones, la comprensión se da desde la realización de los circuitos culturales, cuya apuesta es acercar a las personas para que sepan cómo se desarrollan cada una de estas expresiones artísticas, desde la educación en la realización del arte y, que disfruten de ellas.

UFPS de Ocaña, Nukak Makú y Biblioburro: Si, por lo menos la comprensión de una cultura indígena de Colombia que ha sido golpeada por el avance de lo tecnológico y el sincretismo. En el caso del Biblioburro se exponen las problemáticas: 1) de violencia que sufren

las comunidades a las que llega el Biblioburro; 2) de accesibilidad al sistema educativo tradicional. 3) de las condiciones de pobreza que tienen algunas comunidades rurales.

**10. Como prosumidores, ¿qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?**



En la producción de los catorce (14) podcast que componen esta muestra no se evidencia la participación de un prosumidor oyente, es decir que las siete (7) emisoras caracterizadas publican contenidos que si bien buscan responder a los formatos de orden informativo, en ocasiones, de opinión, es la opinión de expertos invitados o de los locutores. Esta situación genera otras interrogantes ¿Estos formatos y contenidos sí permiten la adhesión reflexiva del ciudadano a su cultura? O son éstos, ¿Sujetos pasivos de una información que les es compartida? ¿Se le consulta al ciudadano para conocer sus necesidades de información? ¿Pueden ellos participar en la construcción de los contenidos? Preguntas que podrán encontrar respuesta en el segundo capítulo de este trabajo.

De otro lado, de los prosumidores identificados, en su mayoría estudiantes de las Universidades o invitados no expertos, dos (2) cuentan experiencias personales, uno (1) realiza un aporte relacionado con el arte, tres (3) combinan experiencias personales y relacionadas con algún arte y por último, uno (1) de ellos combina experiencia personal y costumbre de su etnia.

**Verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.**

Tras haber caracterizado los modelos de radios en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia y teniendo en cuenta los resultados de la aplicación de la ficha #1 para conocer con certeza: la forma (herramientas, usos de esas herramientas, productores, formatos, géneros) los contenidos y la participación de los oyentes en la producción de tales contenidos; se prosigue a verificar si la información que estos siete programas<sup>71</sup> difunden, y con las características que la difunden, contribuye a la formación de un ciudadano reflexivo<sup>72</sup> como se plantea en el marco conceptual de este proyecto.

Para la confirmación de los modos en que estos programas contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva, se planteó en la Fase I de la ruta metodológica del proyecto, la elaboración de un modelo de ficha de análisis de contenido que permitiera poner a conversar los contenidos culturales con las características que debe cumplir un ciudadano en su ejercicio de reflexividad. De ahí que a la luz de la teoría del marco conceptual se seleccionaran los elementos propios de la reflexividad que plantea Thiebaut, para pensar un cuestionario de preguntas que harían posible comprobar si los programas de la muestra forman este tipo de ciudadanía. Este cuestionario tendría que dar cuenta de las múltiples maneras en que las características de este ciudadano (con una identidad individual y colectiva) se presentan en los programas muestra, a propósito, dichas características se encuentran alojadas a manera de glosario en la ficha diseñada, y son: autonomía, acendrada tolerancia y participación.

---

<sup>71</sup> Los programas de la muestra, 5 que pertenecen a emisoras universitarias de interés público y 2 clasificadas como emisoras públicas.

<sup>72</sup> De acuerdo a Thiebaut, el ciudadano reflexivo es aquel que se adhiere a una sociedad compleja a través de la acendrada tolerancia y la participación autónoma en la esfera pública.

**Autonomía:** la única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.

**Acendrada Tolerancia:** solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).

**Participación – capacidad reflexiva:** supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008).

<p><b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.</p>	<p><b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).</p>	<p><b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.</p>
<p><b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos”</p>	<p><b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).</p>	<p><b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la</p>
<p><b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.</p>	<p><b>Autenticidad:</b> reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales.</p>	<p><b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades - (Thiebaut, 1998)</p>

\* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana  
 Glosario de términos que aparece al final de la ficha de contenido #2.

Con este derrotero teórico que se preocupa especialmente por los elementos de los que se compone este tipo de ciudadanía, y el indicador planteado: verificación de la formación de ciudadanía reflexiva bajo la difusión de contenidos culturales, se proyectaron once (11) preguntas en total, que permitieran comprender cómo es la participación de los oyentes en los programas y de acuerdo a esto, definir si son susceptibles de una formación de ciudadanía reflexiva bajo los contenidos culturales caracterizados. Cada pregunta intentó decantar, incluso citando ejemplos, el tema de la reflexividad en el marco de la participación en la esfera pública, teniendo en cuenta que en esta oportunidad el programa y sus contenidos informativos no serían revisados, sino el papel del oyente en medio de su participación activa, la producción y otras informaciones compartidas por los oyentes en cada una de las plataformas. Así las cosas, esta ficha de contenido se preocupó en todo momento por el oyente, su intervención en el programa, el tipo de injerencias que hace, a qué le apuntan esas injerencias bajo las posibilidades que brinda la Constitución de 1991, cómo es su participación en cuanto a las herramientas que ofrece el medio para argumentar, compartir y reafirmar su identidad<sup>73</sup> frente a los temas tratados a modo de difusión de información en una plataforma determinada. Como en el instrumento anterior, en el encabezado se aclararon varios puntos relacionados con el objetivo<sup>74</sup> a desarrollar, el indicador que permitiría la consecución de ese objetivo, el tipo de ficha que es, fecha de aplicación del cuestionario, información general de la muestra a la que se aplicó, es decir, nombre de la

---

<sup>73</sup> A propósito de ello, la identidad es uno de los componentes estratégicos que atraviesa tanto a la figura de ciudadano como al tema de la promoción cultural y es en ella que se asienta el análisis de la opinión u opiniones de los oyentes en esta ficha. La identidad no solo se refiere a la denotación concreta o a la definición que indica a un individuo, sino que se refiere también a los contextos sociales lingüísticos y culturales en los que aquella identidad le es asignada a alguien (y en las que este la asume) y en virtud de los cuales ese alguien puede denominarse a sí mismo como un individuo concreto – Taylor citado por Thiebaut, 1998: 86.

<sup>74</sup> Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.



emisora, nombre del programa, nombre del podcast y dirección Url, con el fin de ser explícitos para el compilado final de este proyecto.

			*MRCI/FC:
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>			
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.</b>			
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.			
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.			
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.			
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b>			
<b>Emisora:</b>	<b>Programa:</b>	<b>Nombre del podcast:</b>	
<b>URL:</b>			

*Encabezado de la ficha de contenido #2.*

Claramente la ficha diseñada sigue las pautas de investigación cualitativa bajo el modelo de observación participante, por lo que aclara, tomó del marco conceptual de ciudadanía algunos preceptos que, teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y, analizó un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior, 7 programas en total. Con ella se pretendió recolectar la información suficiente para desplegar el indicador.

### **El cuestionario**

Paso a paso, la formulación de cada una de las preguntas requirió ponerse en el rol de oyente frente a las dinámicas del medio de comunicación y lo que estas dinámicas permiten para que una persona participe en los programas que se revisaron. Implicó a su vez, volver al rol de investigador para comprender la lógica con la que se haría una revisión minuciosa de las opiniones que se hallaran, desde una posición de análisis de discurso, si se quiere, para garantizar que la interpretación de las opiniones no cayeran en simples apreciaciones sin argumento,

apreciaciones que cualquier sujeto haría a priori. Las identidades individual y colectiva<sup>75</sup> serían categorías de análisis para esas opiniones, al momento de establecer si los sujetos, oyentes de esos programas, se definían como individuos pertenecientes a un mismo colectivo, defendiendo, cuestionando o negando finalmente, las informaciones que reciben de los programas de la muestra de este proyecto en particular.

La primera pregunta: ¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva? Busca comprender si en las expresiones utilizadas por quienes escuchan los programas, manifestadas a través de alguna de las herramientas dispuestas en las plataformas, existe algún vínculo que reafirme su condición como miembros de un colectivo, en tanto una de las reflexiones primarias plasmadas en el marco referencial es que a Colombia le hace falta un relato común<sup>76</sup>. Se dice que el ciudadano reflexivo debe tener una actitud reflexiva con respecto a lo que se sucede a su alrededor, para decidir si adherirse a dichas situaciones o responder a ellas con la capacidad de cambiar su actitud en el diálogo. Adherirse reflexivamente entonces, implica sentirse parte de una identidad que es creída por muchos e identificarse a nivel colectivo involucra procesos de aceptación, preocupación y mejora de una cultura que hasta ahora está en construcción y, que además, se encuentra todo el tiempo bombardeada por multiplicidad de culturas externas y de una serie de interculturalidades que hacen parte de la pluralidad colombiana. Finalmente la pregunta se preocupa por determinar hasta qué punto este ciudadano que participa en el programa, es y se siente parte de una cultura porque adherirse de manera consciente a la identidad colectiva es necesario para ser denominado ciudadano reflexivo.

---

<sup>75</sup> Nuevamente se trae a colación uno de los aportes de Taylor en el que establece que los sujetos siempre tendrán formas de identificación y que la identidad puesta en diálogo con el otro es un juego de reciprocidades en el que la identidad colectiva se alimenta de la individual y viceversa.

<sup>76</sup> Esta idea es original de Daniel Pecaute y fue citada por Martín Barbero, este último hizo énfasis en que más allá de promover una cultura colombiana que se debe construir en el tejido de muchos relatos de ciudadanos y que esos relatos puestos en común, retomarán el país nacional y darán como resultado tal cultura.

Cuestionario				
	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No	¿Cómo?
1				

*“Las formas predominantes de identidad son las culturales; es la pertenencia a un colectivo histórico lo que le otorga sentido a la ciudadanía” (Uribe de Hincapié, Nación, ciudadano y soberano, Junio 2001).*

El cuestionario continúa con la interrogante ¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones? Y es que argumentar hace parte de una respuesta reflexiva frente cualquier tema, hace parte de ese componente de autonomía de todo sujeto y, garantiza que el uso de su libertad no vaya en detrimento de los derechos de los demás, que su opinión esté fundamentada en un criterio formado y adquirido por experiencia, siendo tan válido como el de cualquier otro ciudadano. No obstante el viraje de la pregunta hacia el hipertexto<sup>77</sup> tiene otra connotación y es la de escudriñar en la participación ciudadana bajo la lógica del medio de comunicación, es decir, saber con qué propiedad el oyente está manejando las herramientas de la plataforma, aclarando que el hipertexto es uno de los importantes aportes de la internet y que esta nueva radio retoma para sí.

	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No	¿Cómo?
2				

¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás? En este punto, la acendrada tolerancia es pensada en su sentido más simple que es poder aprender algo en el diálogo con el otro, pero

<sup>77</sup> El término se encuentra debidamente aclarado en el instrumento. Mencionado por García González, 2010, el hipertexto no es más que un tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.

que sea respetuoso en ese diálogo. De esta manera, las opiniones que se encuentren, deben estar bajo un nivel claro de respeto y, aquellas que se refieran hacia las demás opiniones en términos obscenos y tratos inadecuados, no serán tenidas en cuenta. Una expectativa que se puede tener al respecto es que las opiniones se conversen entre ellas, dejando ver un modelamiento entre ellas, es decir, que unos y otros oyentes se influyan mutuamente para aprender de sus visiones y cambiar las propias.

3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una asendada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No	¿Cómo?

Seguidamente se ahonda un poco más sobre el tema de la capacidad reflexiva, para tenerla lo suficientemente clara, incluso en otros escenarios, no solo en el discurso del oyente, sino en el uso de las herramientas de la plataforma; de ahí que se planteara la pregunta ¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora? La finalidad con ella, es verificar que en el uso de los mecanismos de participación se encuentren opiniones que expresen ideales e intereses de manera organizada, en articulación y negociación a nivel social. Se puede decir que es la asociación de las dos preguntas anteriores para cerrar el ciclo de la reflexividad del ciudadano oyente a través de su participación en las herramientas.

4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No	¿Cómo?

Unas quinta y sexta preguntas están direccionadas a indagar por la aplicabilidad de conceptos que se vienen presentando desde la puesta en marcha de la Constitución de 1991, teniendo en cuenta que son 13 años en los que los derechos y

deberes consignados en esta carta han sido difundidos y aprendidos por los ciudadanos. Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de: derechos raciales, derechos políticos, derechos sociales y culturales. Si es así, ¿cómo es la defensa de esos derechos? Este asunto explora la diversidad de la que se compone Colombia, y el papel que ejerce cada ciudadano en su defensa y reconocimiento en los espacios públicos como las emisoras en internet. Revisará de esta manera, si en las posibles opiniones hay un esfuerzo por resaltar cualidades de grupos minoritarios, defender y visualizar tradiciones y costumbres propias de los colombianos, o generalizar reacciones frente a los temas que plantean los programas muestra en los siete (7) capítulos seleccionados para aplicar este segundo cuestionario del proyecto. Son tres tipos de derechos que se retoman, que se explican en la parte del glosario del instrumento, porque son aquellos que dan elementos identitarios y se constituyen en referentes a los que se puedan adherir los oyentes como ciudadanos reflexivos.

***Derechos políticos y raciales:** también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.*

***Derechos sociales y culturales:** son los de segunda generación o derechos económicos, sociales y culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía,*

2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la cultura.

5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos sociales	Derechos políticos	Derechos culturales y raciales
6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		

En las opiniones expresadas se permiten y visualizan: consenso, diálogo, movilización ¿cómo se permiten y visualizan? Son las siguientes interrogantes que se plantean en este instrumento para averiguar si las posibles opiniones a encontrar, se dialogan entre sí, o si en las apreciaciones que un oyente pueda tener acerca de la opinión de otro se halla un consenso implícito que permita converger en ciertos temas de interés público.

7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Consenso	Diálogo	Movilización
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		

Las siguientes dos preguntas se formularon teniendo en cuenta los contenidos de los programas a revisar y la diversidad de la que debe hablar la promoción cultural, ¿las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa? Se aseguraría esta pregunta de, la pertinencia de los temas tratados y el interés que pudieran generar en los oyentes para implantar en ellos la necesidad de participar y pronunciarse respecto de ellos. Lo anterior, queriendo también descartar que la opinión expresada fuese en torno a temáticas de las que no se estuviera discutiendo y fuese la respuesta a una inquietud directamente plantada desde la información que se les estuviese compartiendo. Como una manera de retomar la

diversidad de la que habla la Constitución de 1991, ¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen? Esto, en el marco del respeto por el otro y lo que éste expresa, en lenguaje de cordialidad, sin emitir juicios de valor frente a esa diferencia y, más importante aún, reconociéndose parte de esa diferencia.

9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	¿Cómo?
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	¿Cómo?

Para cerrar el cuestionario, desde la perspectiva de las características de esta ciudadanía, se retoma en la última pregunta, aquél elemento que hace que las personas, aunque ciudadanas sean diferentes: la autonomía. ¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos? qué mejor manera de visibilizar esa autonomía que en los discursos que los mismos ciudadanos emiten. El mismo hecho de encontrar opiniones requiere de ciudadanos autónomos que las emitan y esa sería la prueba final de un ciudadano en reflexividad frente a las temáticas que se exponen en un medio de comunicación con énfasis en contenidos culturales. Esa autonomía deviene en la intención de participar, una participación entendida como esa que “tiene por objeto la intervención de los particulares en actividades públicas como portadores de distintos intereses”, distintos en la individualidad y comunes en la construcción del relato (Sánchez Torres, Participación Ciudadana en Colombia, 1994).

11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos auténticos?	Sí	No	¿Cómo?

Por último, se desea dejar en claro que la participación es una condición intrínseca para dar respuesta a cada una de las preguntas, es más, para conocer la aplicabilidad de los demás

componentes de la ciudadanía reflexiva, es necesario que haya participación. Por lo demás, 3 de las 11 preguntas se relacionan con el tema de los contenidos en relación con la cultura propiamente, para re-confirmar los elementos de la promoción cultural (autenticidad, diversidad y memoria) en los discursos de los oyentes. Las demás, para revisar la expresión de una ciudadanía reflexiva en concordancia con sus características.



Ficha de contenido # 2

			*MRCI/FC:
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>			
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía.</b>			
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.			
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía.			
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.			
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b>			
<b>Emisora:</b>		<b>Programa:</b>	<b>URL:</b>
<b>Nombre del podcast:</b>			
<b>Cuestionario</b>			
		Sí	No
			<b>¿Cómo?</b>
1	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?		
2	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?		
3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una asendada tolerancia hacia las opiniones de los demás?		
4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?		
5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos sociales	Derechos políticos
			Derechos culturales y raciales
6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>	
7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Consenso	Diálogo
			Movilización
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>	

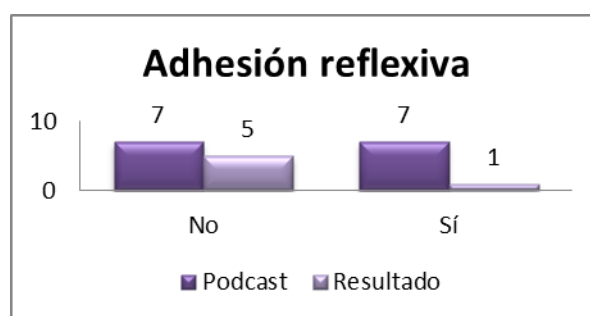
9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	¿Cómo?
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	¿Cómo?
11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos auténticos?	Sí	No	¿Cómo?
<b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.		<b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).		<b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.
<b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos”		<b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).		<b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la
<b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.		<b>Autenticidad:</b> reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales.		<b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades - (Thiebaut, 1998)
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana				

\*Ficha de contenido número 2, para la verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva. Proyecto - La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet basado en investigación.

## Resultados de la aplicación

Este instrumento se aplicó a siete (7) programas seleccionados de la muestra inicial teniendo en cuenta la caracterización de contenidos, resultado del primer cuestionario. En este sentido, se revisó un programa por emisora encontrada para verificar en ellos, la formación de un ciudadano reflexivo.

### 1. ¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?



Cinco de los siete podcast no indican participación de algún tipo, de hecho, ninguno la registra siendo el participante, oyente del programa. Lo que resulta interesante en este punto es que la participación identificada, es decir, una de las opiniones encontradas en uno de los programas “Hilos de historia” es la de las personas que locutan el programa y la otra, un comentario hecho en el chat de “En Órbita” por el invitado que llevaron al programa, que son, o quienes leen y aprehenden la información que comparten con el público en uno, o quienes fueron a respaldar la información impartida por el equipo de producción en el otro. Las opiniones que expresan los realizadores del programa “Hilos de historia” y el invitado de “En Órbita” son válidas en tanto son personas, ciudadanas de una Colombia que interpretan mediante el contenido que comparten. No obstante, esta ficha de contenido se preocupa única y específicamente de aquellos ciudadanos escuchas de los contenidos, no protagonistas desde el

producir en cuanto a ser staff<sup>78</sup> de la emisora, sino productores desde una mirada no especializada y con un saber propio que pueden compartir por medio de las características de una plataforma hipermedial<sup>79</sup> que ha sido puesta para su aprovechamiento.



Foto: plataforma de señal radio, programa "En Órbita"

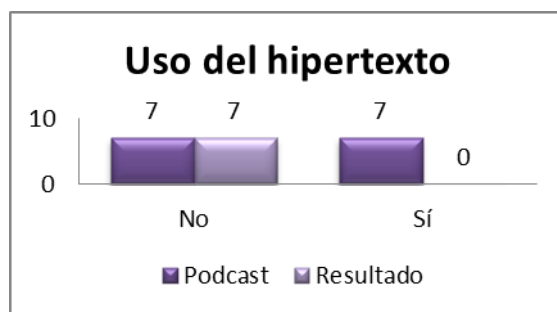
La adhesión reflexiva como se ha mencionado en otros apartados de este proyecto, es una de las características fundamentales para denominar a los ciudadanos reflexivos como tales, porque en ella es que se encuentra el peso de una relación identitaria con el contenido que se transmite. Esa adhesión debe ser interpretada a partir de los mecanismos de participación del medio de comunicación y los usos que le dan los oyentes, debido a que finalmente, la plataforma es el soporte para evidenciarla "La comunicación es interculturalidad y afirmación identitaria, diálogo entre culturas y mediación cultural entendida como espacios en los que se articulan los sentidos, en contextos de poder" (Martin Barbero, 1987). En otras palabras, la adhesión

<sup>78</sup> Miembros del equipo de trabajo de la emisora o del programa que se emite. Son productores de contenidos voluntarios o pagos por el medio de comunicación.

<sup>79</sup> Se refiere a la plataforma en internet que se compone de múltiples medios para la exposición de contenidos: video, podcast, fotografías, chat y redes sociales.

reflexiva es el engranaje que permite la relación directa entre el contenido del programa y la identidad de la que se siente parte el sujeto oyente de dicho programa, y en este caso, el de las emisoras en internet, solo es posible visibilizarla cuando tal oyente se anima a participar y dejar evidencia de su pensamiento con respecto al contenido que ha recibido. En esa medida, no es posible hablar en este momento de una adhesión reflexiva cuando no se tiene la evidencia de participación en la plataforma de un ciudadano que pueda reproducir desde la experiencia, tal vez sin tener el conocimiento técnico del manejo de este tipo de emisoras desde la academia, aunque sí aprendido empíricamente, las tradiciones, saberes populares, costumbres y rituales de una cultura en la que se encuentra inmerso. Se descubre entonces una participación nula por parte del oyente que a su vez, produce resultados negativos en cuanto a hallar adhesión reflexiva que pueda ser producto de la formación de un ciudadano reflexivo a partir de esta muestra.

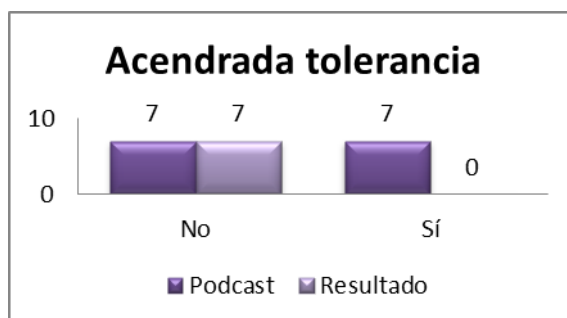
**2. ¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?**



Es apenas lógico que si no se evidenció participación de oyentes y las únicas opiniones expresadas fueran las de las productoras del programa al aire “Hilos de historia” y la de un invitado del programa “En Órbita”, tampoco se visualice el uso del hipertexto. Este tipo de texto, es uno que permite compartir la información en otros espacios de la internet para asentir o negar lo que propone temáticamente el programa de radio, es decir que, como lo afirma (García González, 2010) debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir

información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos. Por sus características el hipertexto sería la herramienta ideal para argumentar opiniones en internet, porque este último no se trata solo de compartir los contenidos de la plataforma radial, sino también de controvertirlos a través de la cita de otros contenidos que permiten su consulta a través de la web.

**3. ¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?**



Nuevamente se enfatiza en que para evidenciar este tipo de atributos del ciudadano reflexivo debe visualizarse participación en las plataformas. La acendrada tolerancia como lo indica Thiebaut, solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma; diálogo e interacción que no se presentaron en las herramientas dispuestas para ello, elementos de esta nueva radio que tienen una especial función en su definición porque finalmente son ellos, los medios para ejercer la participación. Quedan entonces varias interrogantes como ¿Es suficiente con la plataforma para garantizar la participación? O ¿Los contenidos de estas radios no mueven las fibras del pensamiento de quienes los oyen? ¿Quiénes escuchan estos programas sí tienen la oportunidad de aprender algo en el diálogo? O ¿Es una transmisión de contenidos que al azar podrían intervenir en los conocimientos de los oyentes? Sin embargo, estas preguntas por sí solas constituyen otro objeto de estudio que daría pie a otra investigación.

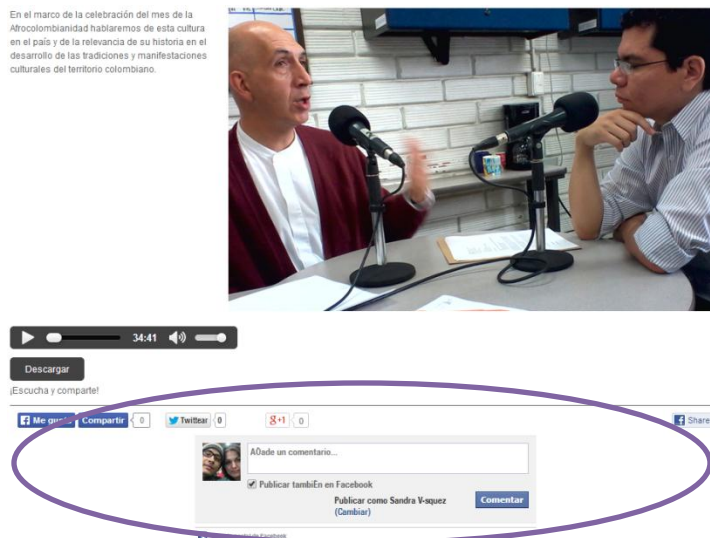
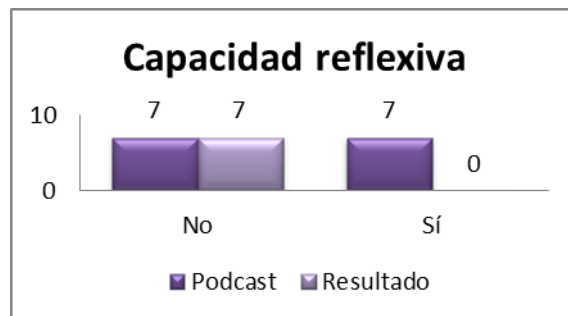


Foto: plataforma Altair, programa “A toda voz”

**4. ¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?**



La capacidad reflexiva requiere de ciudadanos que expresen sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). De acuerdo a lo que enuncia Thiebaut en su obra, esta es la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas. Habría que acceder a opiniones de oyentes, de varios de ellos en las que se vieran confrontaciones, diálogo y conceso para determinar las maneras en las que esos oyentes pudiesen ejercer dicha capacidad. Siguen siendo los productores e invitados a los programas quienes tienen el protagonismo en

cuanto a la participación, el oyente no la está ejerciendo, siendo ella la característica fundamental para la definición del ciudadano, sobretodo reflexivo. Es decir que la participación, como la identidad, es una característica que se vuelve transversal para poder hablar de ciudadanía reflexiva, como no hubo participación, tampoco se evidenció la capacidad reflexiva por parte de los oyentes en esta muestra de siete (7) podcast.



Foto: plataforma Uniminuto, programa colombianidades.

**5. Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de: derechos raciales, derechos políticos, derechos sociales y culturales. De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?**



Para analizar el resultado de esta pregunta, es necesario aclarar que realmente no se tomó una muestra de opiniones de oyentes, puesto que, como ya se ha mencionado, ellos no han ejercido participación en las plataformas. A continuación se revisarán algunas de las opiniones



encontradas, especialmente las de realizadores, productores e invitados de los programas, cuyas expresiones permiten visualizar, por medio del tratamiento del tema, la promoción de derechos políticos, raciales, sociales y culturales. Teniendo clara esta información, se encontraron tres enunciados:

- El primero, es la respuesta que dio el invitado Víctor Gaviria a una pregunta hecha en el programa “El Citófono” del Museo de Antioquia, acerca del festival de cine de Santa Fe de Antioquia de 2013, con el tema de la mujer detrás de la cámara en América Latina. Esta opinión promueve los derechos sociales y culturales de las mujeres.

*"Más allá de cualquier discusión, el hecho es mostrar películas hechas por mujeres. El cine hecho por mujeres es una propuesta distinta y son artistas que más allá de ser mujeres, son artistas y cineastas también."*

- El siguiente también es la respuesta de la invitada al programa “Museos en Vivo” de la Universidad Nacional y, busca aclarar el propósito del museo Flora+ars+natura.

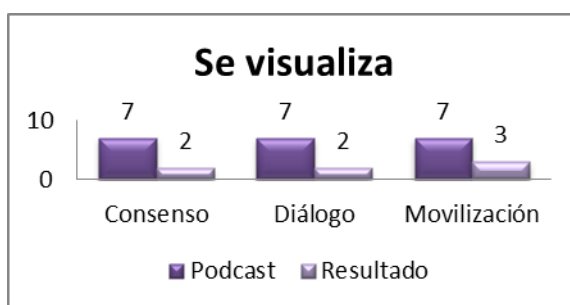
*"Flora+ars+natura tiene un perfil ambiental y ecológico. Busca la reflexión entre lo que hace el curador, desde el arte contemporáneo y que otros artistas tengan la oportunidad de reflexionar sobre este tema y desde mi punto de vista desde lo ambientalista, una reflexión más hacia la justicia ecológica que requiere el mundo en general."*

Aunque se puede afirmar que esta opinión hace un llamado a la preservación de los recursos naturales, lo que indica es la promoción de los derechos sociales y culturales, mediante los cuales se salvaguarda el medio ambiente.

- Finalmente, la tercera opinión hallada en la locución del programa “A toda voz” de la emisora Altair -Universidad de Antioquia. Es el comentario del experto invitado al programa quien en su intervención busca la reafirmación de la diversidad para la exclusión. El tema está completamente centrado a realizar una reflexión acerca de la diáspora de África y cómo la sociedad africana debe reivindicarse para entender su aporte al mundo. Es la promoción y defensa de los derechos raciales, políticos, sociales y culturales de los africanos en América Latina.

*"Se ha tratado de asignar a los africanos unos valores en el marco de sus expresiones culturales y se ha tratado de mostrar que eso es una característica única de ellos. Es un esquema muy peligroso y el gobierno lo usa para caricaturizarlo y estereotiparlo."*

**6. En las opiniones expresadas se permiten y visualizan: consenso, diálogo, movilización. De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?**



Para resolver esta pregunta, nuevamente se tomaron como referencia las opiniones de los productores, realizadores e invitados de los programas, porque los oyentes no dejaron evidencia de participación en las plataformas de los programas y, tampoco manifestaron sus opiniones al aire, es decir, no quedaron expuestas en los audios de tales programas. Así las cosas, el consenso, el diálogo y la movilización se presentan en:

- La primera opinión que se refiere al tema por el que se pregunta, se halló en el programa “Hilos de historia” y la dan las realizadoras. Con ella se permiten un diálogo y una apreciación personales que llegan al consenso acerca del tema: vida y obra de María Cano.

*"Eso es lo que más me gusta de ella, a las mujeres nadie las defendía. Mira esto lo que nos muestra, que también fue una feminista a principios del siglo XX"*

- La segunda opinión es un aporte que hace una de las locutoras del programa “Colombianidades” de la emisora Uniminuto y con ella, hace un llamado a la movilización de los oyentes para el cuidado del medio ambiente a partir de una experiencia personal que comparte en diálogo y consenso con las compañeras de mesa.

*"Resaltando su información Mafe, hacemos la invitación para que comiencen a cuidar las playas. Por ejemplo cuando yo fui a Cartagena fue en temporada alta y la verdad daba tristeza encontrar toda la basura que dejaban botada en las playas. Tu ibas al mar y te encontrabas con latas de cerveza, entonces la invitación es para que cuiden las playas, cuiden ese patrimonio marítimo tan grande que tiene Colombia y para que podamos ir en cualquier época y lo encontremos limpio."*

- Por último, el podcast “El Citófono” del Museo de Antioquia, se entabla un diálogo con una invitada chocoana, quien a partir de su saber propio y experiencia, cuenta la influencia de la cocina chocoana en la formación personal.

*"En mi tierra se tenía que estar feliz moliendo, se tiene que hacer con suavidad y con honor. Nos castigaban sino era así, porque la pereza no podía ser, porque las mujeres teníamos que trabajar mucho para poder sobrevivir."*

La ausencia de participación de los oyentes implica que no se tenga material para el análisis del diálogo, el consenso y la movilización en ellos, de hecho, no participar es la expresión misma de la ausencia de movilización frente a los temas que estos programas trabajaron.

**7. ¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?**

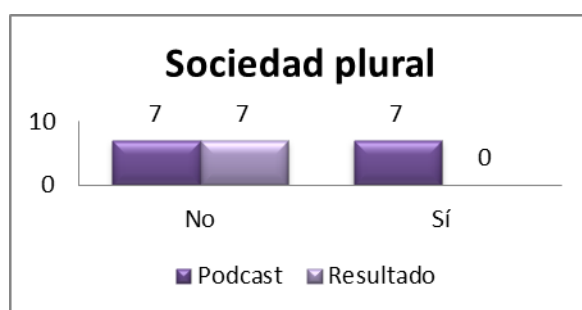


En ninguno de los programas se evidenció opinión alguna con respecto a la temática, ni en los audios, ni en las herramientas dispuestas para participar como chat y redes sociales. No se rescatan las opiniones de productores, realizadores e invitados porque ellas, tuvieron el condicionante de referirse a los contenidos de los programas puesto que hicieron parte de ellos.

Es inquietante que las temáticas trabajadas, aunque enmarcadas en el área cultural, no movilizaran la opinión de quienes escuchan los programas; sería de utilidad, como proyecto alternativo o seguimiento a este, identificar los niveles de audiencias que tales programas registran y cómo lo hacen, para verificar, contactando a dichos oyentes, el por qué no intervienen de manera pública o manifiestan sus opiniones con respecto a los contenidos que les son ofrecidos en la plataforma. Esto ayudaría a definir si es falta de interés, poco conocimiento acerca del manejo de las herramientas o simplemente esos contenidos no son acertados para ejercer su derecho a la participación, como sería lo adecuado a la hora de hablar de ciudadanía reflexiva.

Por lo pronto, este proyecto se limita a resaltar el hecho de que no se encuentra tal participación en las plataformas de los programas analizados y que este asunto permite concluir de alguna manera, que estos podcast, con los formatos que manejan, las herramientas de las que disponen en las páginas y los contenidos que transmiten, no forman ciudadanos reflexivos en Colombia.

**8. ¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?**



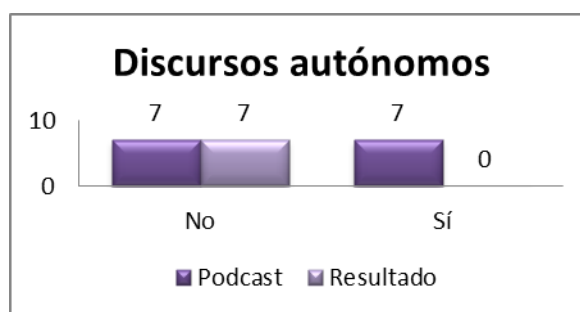
La Constitución de 1991 es la carta que abrió variedad de posibilidades para rescatar la participación de sujetos diversos, con influencias multiculturales e interculturales si se quiere, reconociendo la sociedad plural que conforma a este país, como se menciona en el artículo 70 “la cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país”. Sin embargo, no parece ser suficiente abrir estas posibilidades, tampoco el hecho de ampliar el espectro de participación a otras esferas que, aunque públicas, no habían sido tenidas en cuenta en otros momentos históricos de la ciudadanía como los medios de comunicación para ejercerla “con el principio de participación, el ciudadano deja de ser sujeto pasivo para convertirse en *ciudadano activo*, portador y legitimado para ejercer jurídicamente intereses sociales, colectivos o difusos” (Sánchez Torres, Participación ciudadana en Colombia, 1994).



Foto: plataforma UFPS, programa “Nukak Makú”

Aunque no se registran opiniones que permitan visualizar la sociedad plural a la que pertenecen los oyentes, los programas, con las temáticas que trabaja cada uno, sí dan cuenta de una sociedad multiétnica, pluricultural, con comunidades negras, raizales e indígenas, etc.

**9. ¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos?**



Ejercer la autonomía, supone ejercer las capacidades crítica y reflexiva, de autorregulación y auto-representación que tienen los individuos, ciudadanos reflexivos, en la esfera pública. En otros momentos de este capítulo estas capacidades se han visto desiertas en las plataformas por la falta de participación de los oyentes. Los discursos autónomos no tienen lugar en esta muestra de programas y por eso, se puede hablar de un abandono a la “capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su accionar, relacionarse con una posición propia, hacerse responsables de sus decisiones (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020).”



Foto: plataforma Museo de Antioquia, programa “El Citófono”

Será que ¿Este abandono es a propósito? ¿No participar se convierte en una manera de manifestar su opinión con respecto a los contenidos de los programas que se analizaron? ¿Por qué no? Solo si se consultara con los oyentes se podría aseverar que su falta de participación es la manera que encuentran de decirle a las emisoras, a los realizadores y productores de contenidos de dichos programas, que las temáticas y las maneras en que las abordan no les son de interés o agrado, aunque no compete definir esto en este proyecto.

### **Acerca del uso del método aplicado**

Retomando el apartado de formulación del proyecto en el que se plantean los dos métodos de investigación para el abordaje práctico de “La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet” y sabiendo que uno de ellos, la etnografía, es el que da línea estructural al diseño metodológico, análisis de información y teorización de las dos primeras fichas de contenido aplicadas; se procede a aclarar el uso del método de investigación “aplicada” para comprender cómo su intervención, arrojará el producto final de esta investigación, es decir, el modelo de radio con el que se pretende formar ciudadanía a partir de la promoción cultural, cuyos componentes encuentran su asentamiento en la teoría de investigación aplicada.

Toda vez que la investigación aplicada se propone resolver problemas científicos con un posible sentido práctico y de acuerdo a (Bunge, 1999) estos problemas “se investigan con base en los descubrimientos de la ciencia básica pura”, la tercera ficha de análisis de contenido diseñada a partir de este método, compila la información obtenida de las dos fichas anteriores creadas bajo el método etnográfico, para definir los componentes de un modelo de radio ciudadana en internet, un producto relacionado con la generación de conocimientos en forma de métodos que podría, en un corto plazo desembocar en aplicaciones desde diferentes medios de comunicación, en este caso, de la radio en internet.

De la investigación aplicada se esperan descubrimientos de interés práctico, es decir que tiene como objetivo primordial, buscar y consolidar el saber para enriquecer el acervo cultural y científico de las sociedades, así como la producción de tecnología al servicio de su desarrollo. Este proyecto es entonces, desde la perspectiva anterior, la consolidación de una búsqueda etnográfica cuyo resultado es el modelo de radio en internet para el enriquecimiento cultural de la sociedad colombiana.



**Definición de los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva.**

Una vez revisado el tema del método, la tercera ficha de contenido que se presenta a continuación, compara los modelos categorizados y verificados con anterioridad para definir los componentes de "La Peña Cultural": radio ciudadana en internet. Rescata los elementos que en una y otra ficha, se hacen repetitivos para concluir en los que desarrollan contenidos culturales y forman ciudadanía reflexiva exitosamente, finiquitando el procedimiento metodológico contemplado y abordando por completo la fase II del proyecto.

Para elaborar este modelo de ficha de contenido se hizo necesario pensar en que el registro y sistematización de los componentes de los modelos de radio en internet rastreadas, debían ser agrupados en un solo instrumento que diera cuenta, a través de la observación estructurada, de los componentes que la muestra utilizada a lo largo de todo el proyecto pudiesen arrojar. Debía ser un instrumento que permitiera un análisis comparado de tales componentes, para categorizar y posteriormente definir, los que harán parte del modelo que se propone. Sin embargo, en este diseño, no se podía dejar a un lado la construcción teórica hecha en el marco conceptual acerca de la ciudadanía reflexiva y la promoción cultural, puesto que, si bien el modelo tendrá unas generalidades de los elementos que se utilizan en este momento para hacer radio en internet, no puede olvidar su propósito primero que es el de la formación de ciudadanía a través de la promoción cultural. Este capítulo apunta a describir paso a paso cómo se construyó el instrumento con el que se definirán los componentes para el modelo, y dejará la carta abierta para continuar con el establecimiento del modelo de radio en internet que, a partir de contenidos de promoción cultural podría contribuir a la formación de una ciudadanía reflexiva. Básicamente la construcción de esta ficha de análisis de contenido apuntó a la confrontación de las

informaciones que arrojaron los instrumentos anteriores. No sugiere información nueva puesto que los modelos de medio se construyen a partir de la identificación del tipo de contenidos que se deben trabajar en dicho medio, las formas en que tales contenidos serán abordados para una mejor comprensión por parte de los oyentes y una línea editorial que especifique cómo se comportará el medio frente a los contenidos que publique, es decir, una carta de navegación bajo la cual se moverán todas las producciones de “La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet.”

La ficha de contenido #3 tiene, como las dos fichas anteriores, un encabezado que permite referir con detalle: el consecutivo de la ficha, el nombre del proyecto al cual pertenece, el objetivo que busca resolver, el tipo de instrumento que es, el indicador que servirá para conocer o valorar la información que se encuentre, la descripción de su funcionalidad dentro del proyecto, la fecha en que se aplica el instrumento, la descripción de la muestra a la que se le aplicó (que no es otra que la que se ha venido trabajando en los anteriores instrumentos, dado que es una recopilación de los mismos) y las Url relacionadas a cada uno de los podcast que aparecen como indagados. Se aclara también que varios podcast coincidían en esta información y por eso, solo se relacionan 10 Url en el diligenciamiento de la ficha.

	*MRCI/CM: MT-LPC-RCI
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>	
<b>Definir los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía</b>	
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.	
<b>Indicador:</b> definición de los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la	
Este instrumento compara los modelos categorizados y verificados con anterioridad, para definir los componentes de "La Peña Cultural": radio ciudadana en internet. Para ello rescatará aquellos elementos que en una y otra ficha se hacen repetitivos en las radios categorizadas, para concluir en los que desarrollan contenidos culturales y forman ciudadanía exitosamente.	
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b>	
<b>Muestra total:</b>	
<b>URL relacionadas:</b>	

*Encabezado de la ficha #3 para definir los componentes del modelo de radio ciudadana en internet.*

### **El cuestionario**

El cuestionario de este instrumento se divide en tres partes: forma, contenido y formación de ciudadanía. Fue pensado de esta manera, debido a que la ficha es una recopilación de los resultados de las dos fichas anteriores. Con ella se busca agrupar estadísticamente el comportamiento generalizado de la muestra en cada uno de los tres temas señalados, para definir los componentes cuyo comportamiento esté en más del 70% de cumplimiento o aquellos que sean necesarios para abarcar el tema de formación de ciudadanía. De ahí que, teniendo en cuenta el uso nulo de los elementos de formación de ciudadanía reflexiva en la ficha de contenido #2, y que en la ficha #1, la participación del oyente como prosumidor tampoco se visualizó, se precisa que los componentes de este tipo de ciudadanía serán retomados en el modelo, haciendo hincapié en el deber ser de tales características a partir de quienes, en primera instancia, son los receptores de los contenidos, puesto que finalmente la formación de ciudadanía reflexiva es el eje fundamental de esta investigación.

La idea de estandarizar por medio de los porcentajes está basada en que el resultado cuantitativo se convierte en una metodología objetiva a la hora de decidir un componente sobre otro o definitivamente descartarlo para el modelo. De esta manera, el instrumento retoma en su primera parte, aquellas preguntas que se refieren a las herramientas con las que cuenta cada plataforma, además de los formatos y géneros que se utilizan en la producción de los contenidos sonoros. La quinta pregunta, acerca de los productores de los contenidos es de tipo diagnóstico para evaluar las condiciones de participación de los oyentes en la construcción de la información, y aunque su resultado sea negativo, tendrá que ser tenido en cuenta para plantear en el modelo, la forma en que la participación sea activa y arroje prosumidores desde las experiencias, tradiciones y costumbres propias de sus grupos sociales.

En cuanto a la forma							
1	¿Qué herramientas son recurrentes en las plataformas en las que se alojan las emisoras?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna
2	¿Cuál es la herramientas de mayor utilización por parte de los oyentes?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna
3	¿Cuál es el formato de programa más utilizado?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental
4	¿Qué géneros se usan con mayor frecuencia para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	Estudiantes

Primera parte de la ficha de contenido #3

Así mismo, la segunda parte continúa con el comportamiento en cuanto al contenido que se difunde en estas radios, preguntándose por los principios generalizados para construir la línea editorial del modelo de radio ciudadana en internet. Si son programas clasificados como culturales, se supondría que todos los temas tratados deben responder a la necesidad de abarcar la cultura y, que con ellos se dé la oportunidad de rescatar los elementos de este tipo de promoción: diversidad, memoria y autenticidad. No se puede dejar a un lado la oportunidad de desarrollar una comprensión del país y de compartir experiencias personales, costumbres y prácticas o temas relacionados con algún arte por parte de los oyentes, siendo estas acciones, la prueba del accionar de un ciudadano reflexivo con conocimientos propios de su acervo cultural.

En cuanto al contenido							
6	¿Cuáles son los principios en los que la mayoría de los programas se fundamentan para desarrollar sus contenidos?	Principios					
7	¿Qué tipo de contenidos predominan en los programas?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política
8	Las temáticas abordadas por los programas aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria	Criticar los discursos de los demás		
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	¿Cómo?					
10	¿Cómo prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas	Relacionados con algún arte		

Segunda parte de la ficha de contenido #3

La última parte, dedicada a la formación de ciudadanía, también funciona como diagnóstico para entender los alcances de estas radios en internet. Nuevamente el “deber ser” de la radio en internet en tanto se hace de multiplicidad de medios en convergencia, será el medidor de los

alcances de la muestra revisada, ello será posible desde sus actuaciones en cuanto a la forma y a los contenidos teniendo en cuenta que, si bien no todas las radios son concebidas para formar ciudadanía reflexiva, si lo son para fortalecer la figura del ciudadano en Colombia desde la apertura de nuevos espacios públicos en los que tengan cabida tales expresiones ciudadanas. Mencionados con anterioridad, los elementos que permiten hablar de ciudadanía reflexiva son la autonomía, la acendrada tolerancia y la participación; como fundamentos de la teoría de Thiebaut y de este proyecto, serán ahondados para que hagan parte del modelo aunque no se encuentren activos en los catorce (14) podcast sometidos a la metodología durante todo el proyecto.

En cuanto a la formación de ciudadanía			
11	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No
12	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No
13	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una asendada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No
14	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No
15	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos sociales	Derechos políticos
			Derechos culturales y raciales
16	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Consenso	Diálogo
			Movilización
17	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No
18	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No
19	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos auténticos?	Sí	No

Tercera parte de la ficha de contenido #3

En el modelo se tendrá que revisar nuevamente el agregado teórico recopilado y con él, complementar algunas de las informaciones que debido a la falta de participación de los oyentes, verificada con anterioridad, puede necesitar el modelo para que de verdad sea uno que reúna las categorías (ciudadanía reflexiva, promoción cultural y radio en internet) con las variables de: autonomía, acendrada tolerancia, participación e identidad de la ciudadanía reflexiva planteada por Thiebaut; autenticidad, memoria y diversidad en la identidad, de la promoción cultural y multimedialidad, streaming y podcasting de audio de la radio en internet.

Ficha de contenido #3

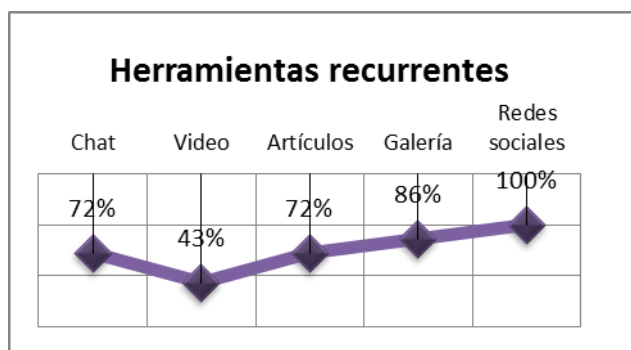
*MRCI/CM: MT-LPC-RCI							
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>							
Definir los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía							
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.							
<b>Indicador:</b> definición de los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la							
Este instrumento compara los modelos categorizados y verificados con anterioridad, para definir los componentes de "La Peña Cultural": radio ciudadana en internet. Para ello rescatará aquellos elementos que en una y otra ficha se hacen repetitivos en las radios categorizadas, para concluir en los que desarrollan contenidos culturales y forman ciudadanía exitosamente.							
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b>							
<b>Muestra total:</b>							
<b>URL relacionadas:</b>							
<b>En cuanto a la forma</b>							
1	¿Qué herramientas son recurrentes en las plataformas en las que se alojan las emisoras?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna
2	¿Cuál es la herramientas de mayor utilización por parte de los oyentes?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna
3	¿Cuál es el formato de programa más utilizado?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental
4	¿Qué géneros se usan con mayor frecuencia para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	Estudiantes
<b>En cuanto al contenido</b>							
6	¿Cuáles son los principios en los que la mayoría de los programas se fundamentan para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>					
7	¿Qué tipo de contenidos predominan en los programas?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política
8	Las temáticas abordadas por los programas aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria	Criticar los discursos de los demás		
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b>					
10	¿Cómo prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas	Relacionados con algún arte		
<b>En cuanto a la formación de ciudadanía</b>							
11	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí			No		
12	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí			No		
13	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una asendada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí			No		
14	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí			No		
15	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos sociales		Derechos políticos	Derechos culturales y raciales		
16	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Consenso		Diálogo	Movilización		
17	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí			No		
18	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí			No		
19	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos auténticos?	Sí			No		
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Componentes del Modelo							

\*Ficha de contenido número 3, para la definición de los componentes del modelo de radio en internet que a través de la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva. Proyecto - La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet basado en investigación.

## Resultados de la aplicación

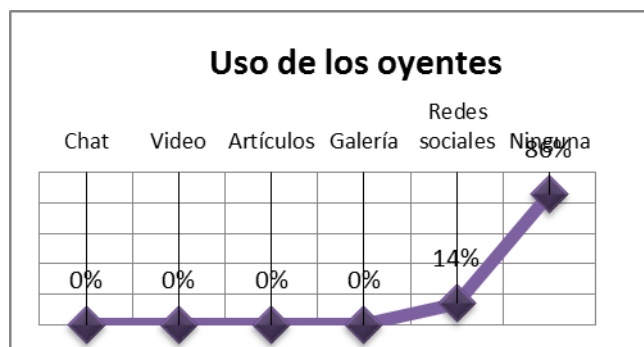
Priorizar los componentes para “La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet” requiere de un análisis del comportamiento de cada uno de ellos en las plataformas, emisoras, programas y capítulos muestra del proyecto. No se trata de elegir a aquellos con mayor preponderancia en términos porcentuales, sino de revisar cómo cada uno de ellos es importante o no, para la formación de un ciudadano reflexivo a través de contenidos culturales. Se procede a presentar una a una, las interrogantes planteadas durante todo el proceso, su uso y aprovechamiento de acuerdo a las posibilidades del medio y la intensión de los actores que participan, para definir aquellos componentes que aunque no hayan tenido una aceptable representación en el transcurso de la investigación, son variables ineludibles a la hora de hablar de ciudadanía reflexiva en el marco de la promoción cultural.

### 1. ¿Qué herramientas son recurrentes en las plataformas en las que se alojan las emisoras?



Las herramientas por las que se preguntó son parte de esta nueva radio, son las que la definen como una plataforma multimedial en la que tienen cabida diversidad de expresiones, es decir que, las plataformas no deben tener únicamente el lenguaje sonoro, sino también el audiovisual, el escrito, el de opinión (chat) y la imagen, porque son los elementos que hacen de esta nueva radio, una diferente y con mayores oportunidades para la participación.

**2. ¿Cuál es la herramienta de mayor utilización por parte de los oyentes?**



Si bien la existencia de la herramienta no garantiza que los oyentes se apropien de ella, como se observa en el resultado de esta pregunta, el modelo deberá propender por incorporar estos medios y reforzarse con talleres de participación para asegurar que el oyente se exprese en ellos. No en vano, son estos elementos los que permiten *generar imágenes mentales, inmediatez, credibilidad, heterogeneidad de audiencias, escucha asincrónica y propiciar la accesibilidad*<sup>80</sup> a la información. Por eso no se descartarán en el modelo, sino que se propondrán otros mecanismos para que los oyentes se sientan libres de participar y dejar allí sus opiniones. En el caso de los artículos, la galería y los videos, puede plantearse una estrategia para que sean de producción de los oyentes, no del medio, ello se traducirá en una nueva forma de constituir al prosumidor, figura novedosa en la producción de contenidos para medios de los cuales es receptor al mismo tiempo.

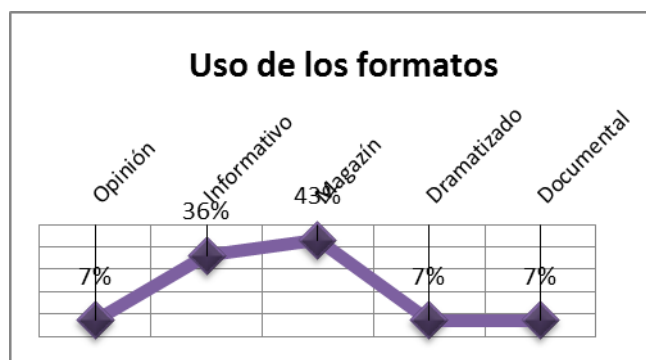
**3. ¿Cuál es el formato de programa más utilizado?**

Teniendo en cuenta que el 43% de los programas analizados fueron producidos en formato magazín, y que este formato puede incorporar a los demás a sí mismo; este modelo retomará este formato para radio, de manera holística, haciendo que la opinión, la información, el dramatizado y el documental converjan en una sola producción, en la que tengan cabida

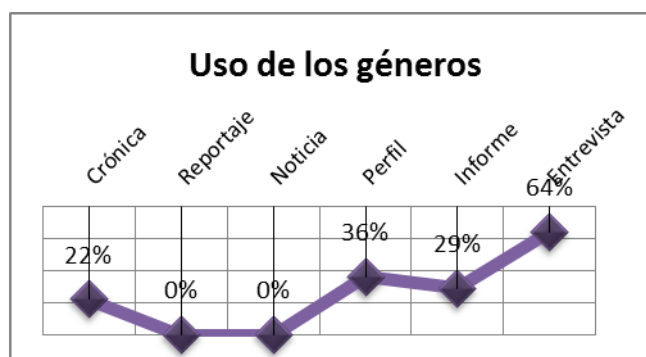
<sup>78</sup> Tomados del marco histórico de la radio en Colombia, son algunos de los atributos de la radio en internet pág. 30.



diversidad de informaciones con respecto a un mismo tema. Todos los podcast analizados tienen una duración no mayor a una hora, por lo que se puede intuir que este tiempo es suficiente para trabajar una temática sin que se vuelva tediosa y larga para el oyente.

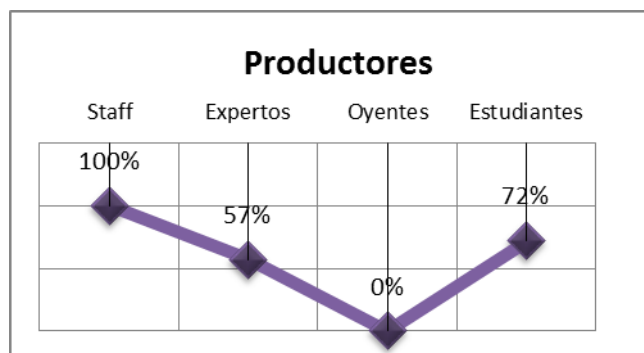


**4. ¿Qué géneros se usan con mayor frecuencia para desarrollar los contenidos?**



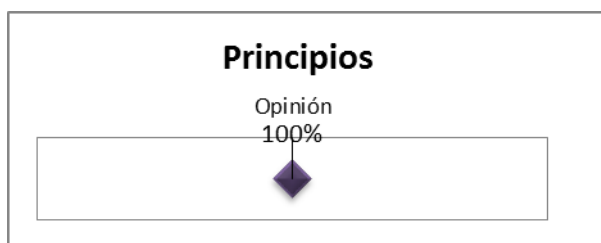
De igual manera sucede con los géneros, si bien el predominante en los podcast revisados es la entrevista a expertos, el formato magazín permite que haya una representación de cada uno de los géneros mencionados en el mismo producto. Por eso, no se descartará la idea de contar con dichos géneros para el abordaje de las informaciones con respecto a la temática a trabajar, ello garantizará que el contenido sea versátil, ágil y ameno para el escucha. No obstante, la entrevista se tendrá que usar de una forma diferente, una en la que el protagonista no sea el experto (sin decir que se omitirá su participación) sino que sea un complemento a la entrevista que se hará al oyente, de quien realmente interesa su opinión a la hora de hacer promoción cultural como se ha planteado a lo largo de todo el proyecto.

5. ¿Quiénes producen los contenidos del programa?



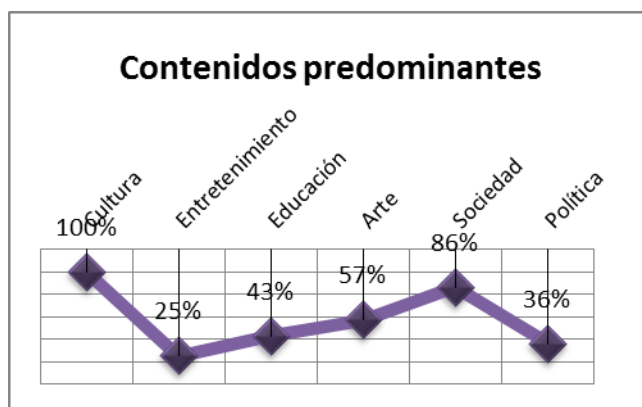
Los productores destacados en la muestra de 7 programas son: el staff de la emisora, los expertos invitados y los estudiantes que, de alguna manera también conforman el staff de la emisora, solo que lo hacen libremente y como parte de su formación, más allá de una retribución económica. Así las cosas, el staff se constituye en parte fundamental para la producción porque son quienes manejan con mayor propiedad y dominio las plataformas en las que se pone la información. No pueden descartarse tampoco las otras dos figuras de producción, expertos y estudiantes, pero debe retomarse al oyente, que en últimas, es el ciudadano que a través de sus experiencias, tradiciones y costumbres puede enriquecer dicha producción. Si el oyente no va al medio, el medio y sus productores deben ir al oyente. Tal vez esa sea la estrategia adecuada para salirse de los tratamientos acartonados de contenidos que, aunque interesantes, a veces son de poca utilidad para quienes los reciben. Constituir grupos focales en los que los oyentes puedan construir las temáticas de manera informal, puede también ayudar a que una vez escuchada esta producción, pueda ser comentada, leída y controvertida en los escenarios de participación alojados en las plataformas de radio en internet. Los formatos y géneros a desarrollarse en una producción de este tipo pueden requerir de personas con formación, sin embargo, la materia prima sale del conocimiento popular, ese que se obtiene por fuera de la academia y por medio de la experiencia.

**6. ¿Cuáles son los principios en los que la mayoría de los programas se fundamentan para desarrollar sus contenidos?**



Toda vez que el rastreo y la caracterización arrojaron una muestra de radios que funcionan con los principios de aquellas llamadas de interés público, este modelo funcionará bajo los mismos principios, cualquiera que sea la denominación adicional en la que funcione: comercial, universitaria, o pública. Es válido aclarar que no se tomarán como principios del modelo, sino como parte de su línea editorial.

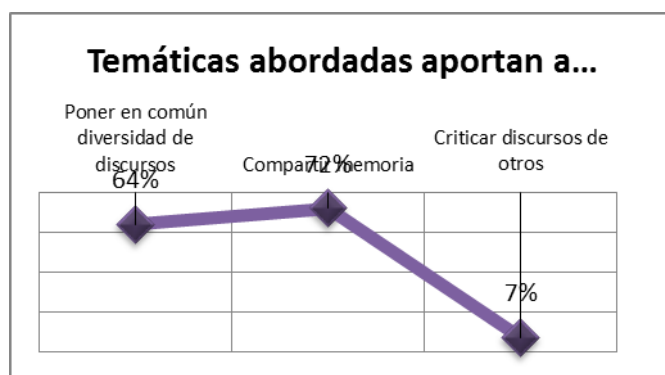
**7. ¿Qué tipo de contenidos predominan en los programas?**



El objetivo principal de este modelo de radio ciudadana es impartir contenidos de promoción cultural, aunque no será de la manera en que fueron abordados por la muestra. La preponderancia lo cultural será fundamental a la hora de producir, sin obviar lo que sucedió con la muestra y es que, la cultura se encuentra transversalizada por otro tipo de contenidos, por lo que, podrá suceder que se hable de sociedad, arte, educación, entretenimiento, sociedad y política, siempre y cuando su objetivo principal sea el de construir un discurso cultural que sea

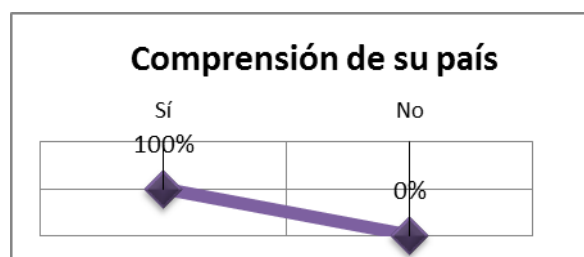
relato común de las tradiciones, experiencias y costumbres de los ciudadanos colombianos. Una “colcha de retazos” si se permite la expresión, para dar cuenta de la diversidad cultural y la pluralidad de la que se compone este Estado. No se tratará de generar controversias o de resaltar unos modos de vida por encima de otros, sino de recuperarlos para la construcción de una visión común a la que un ciudadano reflexivo, designado como colombiano pueda adherirse de manera participativa para compartir una memoria en la identidad colectiva por medio de su percepción personal o identidad individual expresada en la autenticidad y autonomía de su discurso.

**8. Las temáticas abordadas por los programas aportan a...**



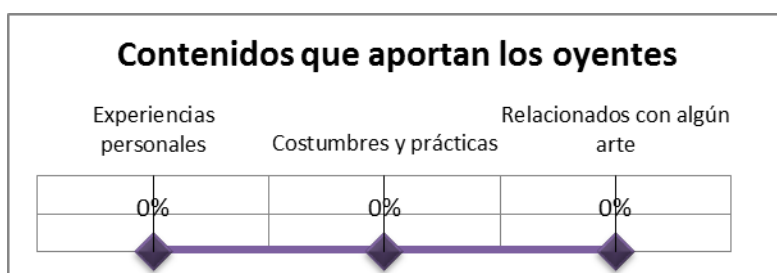
Si la finalidad y función de este modelo es la recuperación de un relato común como se mencionó en la pregunta anterior, el modelo rescatará, como el resultado de la presente inquietud, la necesidad de poner en común diversidad de discursos y compartir una memoria nacional, más allá de criticar los discursos de los demás. No quiere decir esto que, la opinión que controvierta no pueda ser expresada, por el contrario, esta última dará un espectro más amplio de la temática abordada, solo que en el estilo editorial se establecerán los parámetros de uso del lenguaje para que sea tenida en cuenta como aquella que se da para enriquecer el discurso y no para desestimarlos sin argumento alguno.

**9. ¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?**



Es determinante tener en cuenta que todo contenido trabajado, más aún con la funcionalidad de construir un relato común, debe apuntar a generar en los oyentes la comprensión de su país. Qué mejor manera de lograrlo que rescatando las voces de los ciudadanos que habitan Colombia, en lenguajes claros, simples, concisos y comunes a todos. En historias que logren capturar la atención de quienes las escuchan y con ejemplos en los que cualquiera pueda asentir y complementar con propiedad.

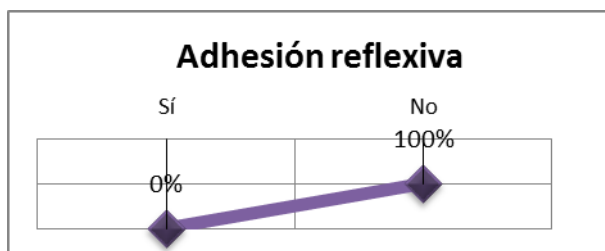
**10. Como prosumidores, ¿qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?**



No se visualizaron contenidos aportados por los oyentes y se reitera que este asunto produce cierta preocupación porque los podcast tomados para revisión, pertenecen a emisoras que funcionan en la modalidad de radio en internet, con todas las características y atributos para la participación. Esta pregunta devuelve la atención hacia las estrategias para fortalecer la

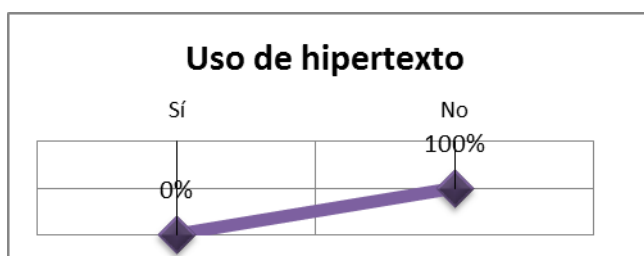
participación en las herramientas multimediales que componen a la radio en internet. Sin duda habrá que diseñar una ruta para propiciar dicha participación.

**11. ¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?**



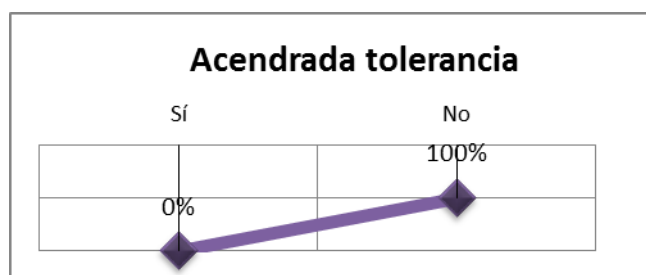
La adhesión reflexiva es una característica fundamental para hablar de ciudadanía reflexiva, por eso, aunque no se haya visualizado en la investigación, el modelo sí deberá retomarla a través del mejoramiento de los mecanismos de participación dispuestos en una plataforma de radio en internet. Probablemente este tipo de adhesión se hará efectiva cuando las voces de los oyentes puedan ser escuchadas. Asegurar la participación y la producción de contenidos por parte de quienes los reciben, abrirá un nuevo objeto de estudio para otro abordaje investigativo. Lo que por el momento propondrá el modelo, es una metodología de participación que dé como resultado, respuestas básicas en las que los oyentes asientan o difieran de los temas divulgados con cada emisión. Una respuesta más profunda requerirá de un ciudadano formado en la cultura de participar libremente y eso solo se logra con el devenir tiempo.

**12. ¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?**



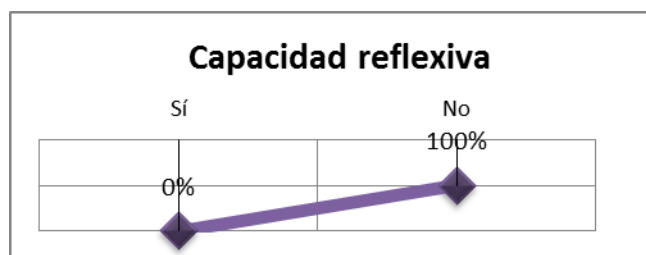
La apropiación del hipertexto como herramienta para argumentar es otro tema del que el modelo no puede hacerse cargo a cabalidad. Sí buscará la manera de fomentar su uso, tal vez siendo un ejemplo tangible de cómo funciona y para qué sirve. Para ello, deberá hacerse de oyentes con calidad de productores, debido a que tener cercanía con los contenidos podría traducirse en mayor oportunidad e interés de compartirlos. Es un tema de costumbre y cultura que solo la apropiación del lenguaje de la radio en internet podrá introyectar con el tiempo.

**13. ¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?**



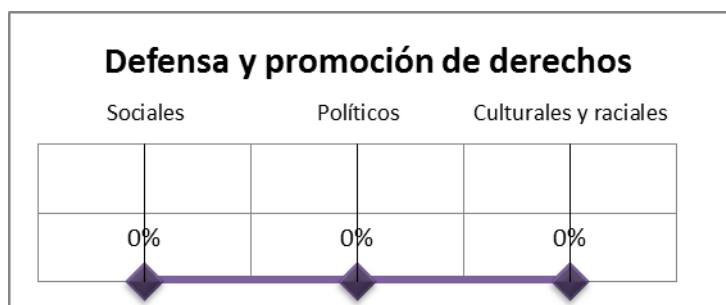
La acendrada tolerancia es otra de las características propias del ciudadano reflexivo y como tal, deberá ser tomada en cuenta a la hora de plantear el modelo, nuevamente, haciendo énfasis en que la participación es el vehículo óptimo para visualizarla. En tanto no se propicie la participación, no se tendrá la posibilidad de afirmar si se da o no, la acendrada tolerancia.

**14. ¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?**



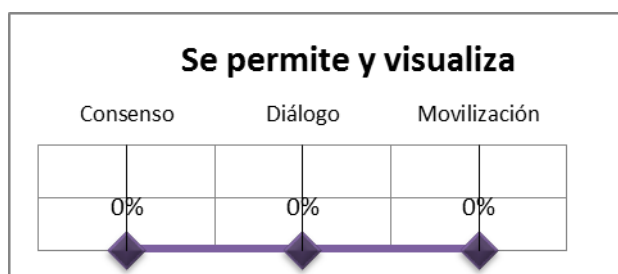
Solo si se presenta participación se puede hablar de capacidad reflexiva, una depende de la otra, ambas se refieren a lo mismo. Fomentar la capacidad reflexiva es fomentar la participación y solo se logrará poniendo en diálogo al saber popular con el medio de comunicación. Es necesario entonces que el staff y demás productores especializados en la herramienta multimedial, salgan en búsqueda del oyente para recuperar su visión y su memoria.

**15. Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:**



Todo modelo de comunicación que se denomine como formador de ciudadanía, en especial de la reflexiva, deberá actuar en defensa y promoción de los derechos consignados en la Constitución de 1991. Solo a partir de esta reivindicación se dará cumplimiento a dicha formación, porque ante todo, la ciudadanía es una figura que nació bajo la presunción de participativa en el seno de la modernidad, de la recuperación de un sujeto político que, en la era actual trasciende para ser integral en su participación en la esfera pública, otro escenario como la radio en internet.

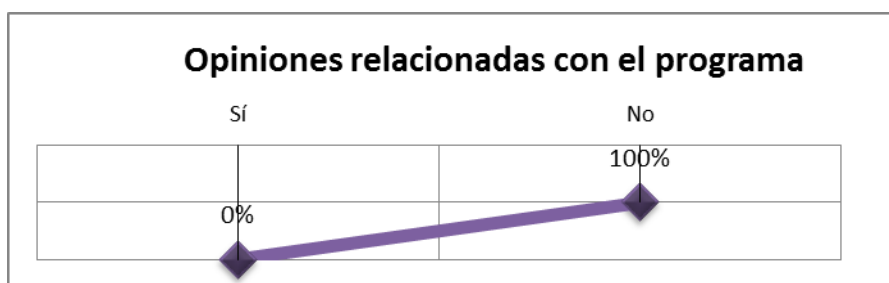
**16. En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:**





Aunque no se da, debería permitirse y visualizarse el consenso, el diálogo y la movilización; todos ellos entrarían en el marco del ciudadano empoderado de Pineda, con conocimientos de sus derechos y deberes para ejercer sobre el gobierno, su poder y, exigir con él, el cumplimiento de sus deberes como ente superior, proponer soluciones a las problemáticas de su nación y enriquecer un relato nacional que los una en la identidad colectiva. El consenso representaría la acendrada tolerancia; el diálogo, la oportunidad de reconocerse en el otro, en la diversidad que ese otro representa y la movilización, una participación activa que dé por sentado un aprendizaje en el espacio público, una adhesión reflexiva al conjunto de condiciones que se construyen colectivamente para la vinculación identitaria al discurso de colombianidad.

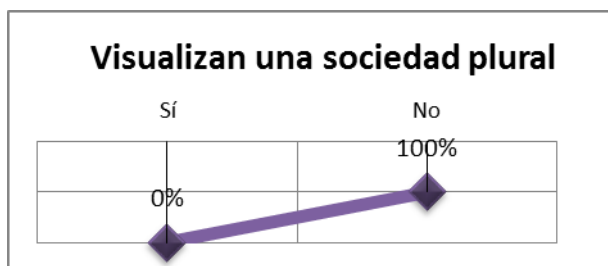
**17. ¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?**



Esta es la medida básica con la cual dimensionar la audiencia de un producto radial, la ausencia de opiniones de los oyentes aunque sea acerca de las temáticas planteadas en los programas, podría indicar que esas temáticas no fueron significativas para ellos. El comportamiento de esta pregunta en la investigación puede generar dudas acerca de que estos programas y emisoras, tengan siquiera una audiencia. No solo no se cumplen las condiciones de formación de una ciudadanía reflexiva, sino que tampoco se podría asegurar que los contenidos producidos tengan escuchas al otro lado de la señal. Un resultado poco alentador para quienes a diario se esfuerzan por realizarlos. La producción de parte de los oyentes, por sí sola, garantiza

que sus opiniones se relacionen con las temáticas del programa. El tema de la audiencia podría constituirse por sí solo, en otro objeto de estudio para otra investigación.

**18. ¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?**

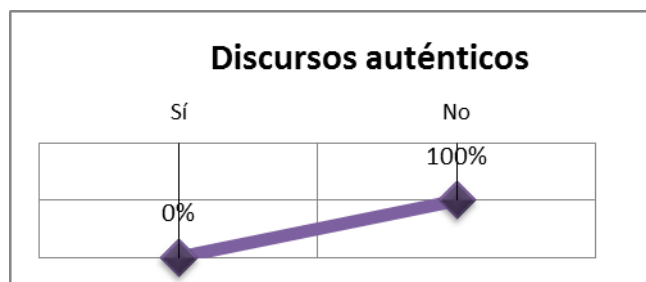


La sociedad plural debería ser detectada en las opiniones ubicadas en las plataformas, sin embargo, esta fue otra inquietud desierta. No se encontraron opiniones relacionadas con la pluralidad, ni siquiera se encontraron opiniones. El modelo deberá retomar esa pluralidad en los contenidos que se aborden. Como se mencionó en el caso del hipertexto, el ejemplo puede ser una buena metodología para fomentar las expresiones de diversidad y pluralidad que deben tener los ciudadanos colombianos en medio de su interculturalidad y gracias al multiculturalismo del que se permeó en la globalización y del auge tecnológico.

La producción de los contenidos tendrá que dar cuenta por sí misma, de dicha pluralidad. Bastaría con un ejercicio objetivo de investigación de las temáticas y la oferta que se les puede hacer a los oyentes de expresar si están de acuerdo o en desacuerdo con ellas, para tener una muestra que valide un modelo de radio ciudadana en el que se visualiza la diversidad y se apela a la capacidad reflexiva de los oyentes en la misma construcción de los contenidos. Un recurso a utilizar para garantizar la participación del oyente, que no se tuvo en cuenta en el instrumento de caracterización y podría incluirse en el modelo, es el vox pop<sup>81</sup>.

<sup>81</sup> Recurso mediático (no es solo de la radio) para entablar una interrogante acerca de un tema de interés a varias personas, para que, cada una, desde su saber y experiencia la conteste.

**19. ¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos auténticos?**



Por último, la autenticidad como una de las bases de la promoción cultural también debe estar garantizada dentro del modelo. Tal vez podrá ser abordada en el modelo, fomentando la inventiva (en cuanto al medio y sus usos) y la narrativa (cómo contar sus historias) en la participación. No es una tarea que arroje resultados a corto plazo, pero si es una manera de sembrarla. Los discursos auténticos solo tienen lugar en el seno de un espacio público sin restricciones, democrático y sin prejuicios, que opere con la lógica de la participación. Un espacio en el que se desechen los miedos a expresarse, que convierta en un contexto de diálogo, crítica y aprendizaje para que la reflexividad tenga lugar y se encuentren y entretengan unas opiniones con otras.

**Componentes definidos a partir de este indicador**

1. Las herramientas: chat, video, galería, artículos y redes sociales.
2. El formato magazín y las posibilidades que brinda de incluir en él otros formatos.
3. El género entrevista, teniendo en cuenta las posibilidades que brinda el formato magazín, de incluir en él otros géneros como noticia, crónica, perfil e informe.
4. Los productores staff de la emisora e invitados, llámense oyentes o expertos temáticos. Haciendo especial énfasis en la importancia de escuchar al receptor y tomarlo como prosumidor de contenidos.
5. Los principios serán los mismos de las emisoras de interés público, aunque no se denominarán principios, sino que serán los componentes principales para la línea editorial.
6. Los contenidos culturales cuyo propósito sea poner en común diversidad de discursos y compartir memorias.
7. Las experiencias personales y costumbres, por encima de los contenidos relacionados con algún arte.

Por lo demás, teniendo en cuenta su comportamiento a lo largo de la investigación, las características de la ciudadanía reflexiva y la promoción cultural se revisarán nuevamente para plantear la mejor manera de abordarlas e incluirlas en el modelo.

## **“La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet”**

### ***Misión***

El modelo de radio “La Peña Cultural” es una guía para emisoras que busquen la formación de ciudadanía reflexiva por medio de la difusión de contenidos sonoros de promoción cultural en internet.

### ***Objetivo***

Servir de ruta metodológica para el tratamiento de contenidos de promoción cultural que apunten a la formación de ciudadanía reflexiva a través de la radio en internet<sup>82</sup>.

### ***Principios***

La Peña Cultural incorpora los principios consignados en la resolución 415 de 2010 por medio de la cual se establece el reglamento del servicio de radiodifusión en Colombia, toda vez que son generales y se constituyen en una norma para las radios que se desarrollan en este país. Adecuados a las finalidades del modelo y teniendo en cuenta que algunos fueron fusionados y otros suprimidos, son los siguientes:

1. *Difundir la cultura<sup>83</sup>, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana<sup>84</sup> y fortalecer la democracia<sup>85</sup>.*

---

<sup>82</sup> El término -radio en internet- es tomado para este modelo como la forma en que los recursos radiofónicos son usados en la web para transmitir y alojar contenidos sonoros.

<sup>83</sup> Es indispensable difundir la cultura porque es el vehículo por medio del cual se formará al ciudadano reflexivo, pero será la cultura caracterizada en el marco conceptual, aquella que expresen los ciudadanos a través de sus experiencias, tradiciones y costumbres.

<sup>84</sup> Esos valores esenciales de la nacionalidad son los que fortalecidos, contribuirán también a la construcción de un relato común, relato al que finalmente le apunta este proyecto a largo plazo.

2. *Garantizar el pluralismo en la difusión de información y opiniones<sup>86</sup>, así como asegurar los derechos y garantías fundamentales de la persona. El respeto al pluralismo político, ideológico, religioso, étnico, social y cultural.*
3. *Hacer efectiva la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a la veracidad e imparcialidad en la información, y la preeminencia del interés general sobre el particular.*
4. *Promover el desarrollo político, económico, social y cultural de la población<sup>87</sup>, (y la formación de los individuos con sujeción a las finalidades del servicio)<sup>88</sup>.*
5. *Asegurar la libre expresión de las personas<sup>89</sup>, con sujeción a las leyes y reglamentos sobre la materia y ejercer los derechos de rectificación y réplica<sup>90</sup>.*
6. *Garantizar como derecho fundamental de los niños: la vida, la integridad física, la educación, la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión<sup>91</sup>.*
7. *Garantizar la difusión de las experiencias personales y costumbres, por encima de los contenidos relacionados con algún arte<sup>92</sup>.*

---

<sup>85</sup> Fundamento principal de la Constitución de 1991, normatividad máxima del Estado colombiano por medio de la cual se le da legitimidad al derecho a la participación y con ella, la posibilidad de materializar las características del ciudadano reflexivo de Thiebaut.

<sup>86</sup> El pluralismo reafirma a uno de los elementos de los que se compone la promoción cultural: la autenticidad. La autenticidad hace parte del reino moral, tiene un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor citado por Thiebaut, 1998. La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet, capítulo 1, pág. 59.

<sup>87</sup> Ya se constató que la cultura se compone de muchos otros elementos entre los que cabe destacar la política, la economía, la educación, el arte y la sociedad.

<sup>88</sup> Está entre paréntesis porque no se tomará en cuenta esta parte del principio. El ciudadano reflexivo se basa en la autonomía como elemento que le permite ejercer su papel como tal frente a la estructura del Estado, la sujeción significa un modo de restricción a este elemento.

<sup>89</sup> No solo es un derecho, se debe garantizar para que el modelo funcione. La participación como se pudo descubrir a lo largo del proyecto, es la fuerza que garantiza que la formación de ciudadanía reflexiva pueda ser alcanzada.

<sup>90</sup> Es de suma importancia garantizar este principio puesto que como seres humanos, las personas que produzcan contenidos en este u otro tipo de medios, pueden equivocarse.

<sup>91</sup> Para que los niños sean prosumidores de contenidos para este modelo implica usar con ellos, metodologías flexibles y amenas para la consecución de la información que poseen en su haber. La mirada de los niños es interesante toda vez que son receptores de una cultura afectada por la interculturalidad y el multiculturalismo.

## ***Componentes radiales***

Esta parte del modelo aclara las herramientas con las que debe contar la plataforma, así como el uso de esas herramientas y la forma de abordar los contenidos de los programas con sus formatos y géneros, por parte de los productores y prosumidores.

### **La plataforma**

Como se trata de radio en internet, la plataforma debe permitir la transmisión en directo vía streamcasting de audio<sup>93</sup> y tener la posibilidad de alojar contenidos sonoros a través del podcasting<sup>94</sup>. Así mismo y siendo coherente con el resultado de la investigación en el capítulo 3, debe contener las herramientas: chat, video, galería, artículos y redes sociales. Estas herramientas deben ser impulsadas por otras estrategias de comunicación en convergencia con medios análogos si se quiere, para que el oyente participe de manera fácil, oportuna y pertinente con los contenidos que se le ofrecen.

**Redes sociales:** enlazadas desde la página web del programa hacia la página de la red social, no desde la página maestra<sup>95</sup> puesto que la idea es promover el contenido del programa de promoción cultural. No quiere decir que la emisora no pueda tener sus redes, simplemente, el programa debe tener sus mecanismos de participación organizados y claros para los oyentes que deseen usarlos, en este sentido y si la emisora desea aferrarse a sus propias redes, procurar que

---

<sup>92</sup> Fue definido en el capítulo 3 del proyecto y se ubica en los principios, porque también se constituye en una regla a seguir si se quiere abordar la promoción cultural y con ella, formar ciudadanía reflexiva. Hay que recordar que el tipo de promoción cultural que se busca es la que se da a partir de las experiencias, tradiciones y costumbres de los oyentes.

<sup>93</sup> Es la modalidad principal de transmisión radial para internet que básicamente habilita a la emisora para expandir su señal por todo el mundo, por medio del streaming (servicio de transferencia de datos en internet que permite escucharlos al mismo tiempo en el que se descargan los datos) y con una inversión de bajo costo.

<sup>94</sup> El podcasting es la forma en que un audio grabado y editado en un computador, llamado podcast, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.

<sup>95</sup> Es la página principal de la emisora.

sean unas que tengan la posibilidad de crear grupos para que quede un grupo por programa, dentro de la red social de la emisora. Algunas recomendaciones:

- Subir fotografías de lo que está sucediendo en el programa, una vez por día, acompañadas de un comentario y un #hashtag de la temática, de esta manera se contribuirá al reconocimiento y posicionamiento de cada programa.
- Contestar siempre que haya una inquietud o rumor. Cuando no hay respuesta esos rumores y malestares se vuelven realidades.
- Establecer relaciones con programas de similares características a fin de fortalecer el hito discursivo que posicionará su marca.
- Utilizar la misma línea gráfica, manejo de colores, tipografías y logotipos, para aquellas publicaciones de corte publicitario, así se garantizará una coherencia con la marca que se desea posicionar.
- Generar vínculos y relaciones con las publicaciones que emite el sector cultural, toda vez que se encuentren en la línea de trabajo de la emisora.
- Compartir información pertinente que produzcan las organizaciones aliadas.
- Dar crédito a las publicaciones ajenas, es decir, si se comparte algo, siempre mencionar a su productor por medio del @.
- Hacer actualizaciones humanas, civilizadas e individuales, cortas y al grano. Con buena ortografía y redacción.
- Animar a los seguidores a ser embajadores de la marca. Escuchar y aprender, seguir las conversaciones hace parte de la reputación.



- Tener algo para ofrecer: referenciar páginas con contenido. En este sentido, las publicaciones deben ir acompañadas de imágenes para que generen mayor recordación y/o hipertexto a otros contenidos que puedan ser de interés del usuario.
- Tener presente siempre la vulnerabilidad frente a los derechos de autor, siempre que el contenido no sea propio, citar al generador de la información.

**Chat:** alojado en la página del programa o página secundaria de la plataforma. Así, el oyente tendrá claridad con respecto a si su opinión es válida para ese contenido.

**Video:** alojado en la página del programa, con contenidos que se refieran a lo trabajado en el archivo sonoro o complementarios a este. Esta herramienta ayuda a enfatizar y profundizar la información. Se debe invitar al oyente a compartirlo por medio del hipertexto<sup>96</sup> a otros espacios de participación. Los videos caseros son un material que con el manejo adecuado se vuelve viral, por eso se debe invitar al oyente a enviar videos producidos por él, con los parámetros adecuados frente al manejo de la información y con calidad para compartirlos y que resulten atrayentes.

**Galería:** alojada en la página maestra, permitirá que el oyente que visita por primera vez el espacio, se sienta curioso por descubrir el contenido de los programas. Debe ser pequeña pero sustanciosa. Procurar que las imágenes puestas tengan los permisos adecuados de quienes aparecen allí; reforzar cada imagen con el logo del programa para generar recordación y, buscar que sean imágenes divertidas, que generen expectativa de lo que sucede o sucederá en el programa. Invitar al oyente a compartir imágenes relacionadas con el contenido, el relato no se construye únicamente con el sonido.

---

<sup>96</sup> García González rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.

**Artículos:** alojados en forma de link<sup>97</sup> o lista desplegable en la página del programa. Se debe invitar al oyente a escribirlos, a que genere reflexiones acerca de lo que ha escuchado y posteriormente garantizarle su publicación. Una vez alojados en la página, compartir por medio de hipertexto para darlos a conocer.

### **Los programas**

**El formato magazín:** los programas deberán abordar sus contenidos a través del formato magazín de no menos de 30 minutos de duración. Este tipo de programas, también llamados radio revistas, con el manejo adecuado de sus recursos, arrojarán un producto integral que combina diversos géneros en su realización. El magazín puede explotar la producción desde el oyente, haciendo que éste sea su protagonista, no el staff, ni los expertos temáticos. Este formato está compuesto por secciones o segmentos, cada uno con su propia finalidad y diseño de parte de quienes realizan. Así, los productores tienen libre albedrío para decidir de qué se trata cada sección y qué géneros utilizarán en cada una de ellas. Se recomienda producir muy bien los elementos de identificación del programa y sus secciones; que se cuente con un cabezote que englobe el objetivo del programa (25 segundos), unos separadores de secciones cortos y llamativos (15 segundos) y una misma cortina para todos sus capítulos, así, cuando el oyente llegue tarde a escucharlo, sabrá qué programa es y en qué sección se encuentra. Todos tienen un papel que cumplir en este formato: el staff, tiene el papel de producir técnicamente el programa, además de presentar los contenidos y servir de hilo conductor entre uno y otro género, para ello deberán ser conductores amenos, activos y creativos para incentivar la comprensión de las temáticas; el experto cumpliría con su función de ser una fuente confiable para soportar la información a cabalidad, y el oyente, el papel de ser la fuente principal de los contenidos, de apoyarlos y refutarlos a partir de sus experiencias, costumbres y tradiciones.

---

<sup>97</sup> Hipervínculo que envía a una página interna.

**Géneros:** la adaptación de los géneros periodísticos a la radio se caracteriza por la riqueza expresiva y el carácter personal que se incorpora al mensaje transmitido. Las claves para una buena comunicación son contenidos concisos, claros y directos. Teniendo en cuenta las posibilidades que brinda el formato magazín, se podrán incluir en él los géneros: noticia, vox pop, informe, perfil, crónica y entrevista. Los realizadores del programa deberán desplazarse a la comunidad para extraer de ella, la información requerida para la emisión. La noticia, el informe y el vox pop son géneros que apoyan la recolección aleatoria de datos sobre una misma temática. Con diferentes miradas, *la noticia* se enfocará en la actualidad del contenido, procurará la construcción de la información noticiosa a partir de la confrontación de fuentes (mínimo 2). Se compone de titular o entrada, es una frase corta pero contundente que sea síntesis del hecho noticioso. El cuerpo es el desarrollo de la noticia, se debe decir lo que ocurrió con la mayor claridad y agilidad. Solamente lo más importante será tratado y el cierre es un dato ingenioso que deje al radioescucha ávido de más información. El vocabulario debe ser sencillo, entendible por todas las personas, sin juegos de redacción y su duración es de 30 segundos.

*El informe* garantizará el tratamiento de esta información con un poco de antecedentes, la cara del presente y se planteará su comportamiento en un futuro cercano, deberá contener los datos de 5 fuentes diferentes para una mirada holística aunque no tan profunda como la del reportaje. Se compone de titular o entrada, al igual que la noticia. En el cuerpo se debe decir lo que ocurrió con la mayor claridad y agilidad. Se tratará toda la información con mayor número de fuentes y puntos de vista acerca del fenómeno ocurrido y, finalmente, un dato de cierre que deje al radioescucha ávido de información. Su duración no puede ser mayor a 2 minutos, de lo contrario, se estaría haciendo un reportaje. *El vox pop* generará opinión al procurar que 10 personas respondan una pregunta relacionada con el tema en un espacio de 5 minutos, es decir,

30 segundos por respuesta. Esta herramienta es útil en la medida en que moviliza la expresión ciudadana que, con sus respuestas, puede producir acuerdos y desacuerdos en quienes la escuchan. La crónica y el perfil son géneros de apoyo con una mirada más humana, con un enfoque específico y en lenguaje más amable para quienes lo escuchan. *La crónica* se concentra en el cómo suceden los acontecimientos, no está sujeta a que sea información actual y relata, por medio de diversas figuras literarias el devenir de dicha información. En efecto, es característico de la crónica el lenguaje historiado, descriptivo, hasta un poco literario, para dar a conocer lo sucedido. Los hechos se cuentan, no simplemente se exponen. Su duración para radio es de 3 minutos. En radio el tiempo es crucial puesto que el oyente tiende a cansarse con un solo ritmo por eso, la narración requiere gracia, es decir, cierta dosis de imaginación, agudeza, detalle y colorido. Se impone por lo general la frase corta y el párrafo breve: el ritmo es rápido. El vocabulario es más rico, trabajado y pulido. *El perfil*, por otro lado, se pregunta por una persona o espacio en específico y busca recopilar a través de muchas fuentes, el qué o quién para compartirlo, el texto es completamente descriptivo de un personaje o lugar. Al igual que la crónica, los hechos se cuentan, no simplemente se exponen. Su duración es no mayor a 2 minutos. Hace uso obligatorio de los recursos musicales, sonoros e insonoros. *La entrevista* deberá utilizarse como herramienta de recolección de información, a menos de que la temática a trabajar pueda tener un protagonista que la relate. En el caso de su uso como género, tendrá que aplicarse a uno o varios protagonistas (tipo grupo focal) que relaten desde sus experiencias, tradiciones y costumbres, el contenido del programa. No se descarta el respaldo de un experto sobre el tema. Su uso como herramienta está condicionado a los demás géneros que se han tratado con anterioridad.

### *Los productores*

Serán el staff de la emisora e invitados, llámense oyentes o expertos temáticos. Debe hacerse especial énfasis en la importancia de escuchar al receptor y tomarlo como prosumidor de contenidos. Para esto es útil desplazarse a las comunidades, tejer con ellas una relación de reciprocidad en la producción de contenidos, retomar estrategias de formación en la publicación para medios web y asegurar una constante comunicación que permita retroalimentación. Esta comunicación solo será posible si existe una convergencia de medios análogos y digitales, por eso, las emisoras deben fortalecer sus estrategias de difusión análoga y establecer planes de formación impresos que puedan ser distribuidos como en el caso de Radio Sutatenza

### *Contenidos*

Se deben priorizar los contenidos culturales cuyo propósito sea poner en común diversidad de discursos y compartir memorias, propios de la promoción cultural<sup>98</sup>. Es decir, aquellos que por medio de las experiencias, tradiciones y costumbres, rescaten la diversidad cultural, la memoria y la autenticidad<sup>99</sup> características de los ciudadanos colombianos inmersos en diversidad de contextos. Entre más cercana y cotidiana sea la temática a trabajar con el oyente, más fácil será la recolección de la información y la participación de este último como

---

<sup>98</sup> La promoción cultural es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet, capítulo 1, pág. 58.

<sup>99</sup>La promoción cultural se compone de:

*La autenticidad:* hace parte del reino moral, tiene un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998).

*La diversidad:* visibiliza problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia.

*La memoria:* elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva porque es el que da cuenta de un relato común. La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet, capítulo 1, pág. 59.

prosumidor<sup>100</sup>. Por eso se recomienda abordar temas simples como la gastronomía, los dichos populares, la jerga en diferentes regiones del país, qué hacer frente a algunas situaciones familiares, quién es el que manda en el hogar, etc. Temáticas que den cuenta de cómo lo simple de esas situaciones puede conformar la cultura de un país. El diálogo y la movilización para expresarse, son los conductos por medio de los cuáles ese oyente se estará formando en ciudadanía reflexiva. La participación pone en juego su capacidad reflexiva, acendrada tolerancia y autonomía, componentes de este tipo de ciudadano<sup>101</sup>. Solo serán visibles si los contenidos y la manera de trabajarlos son lo suficientemente interesantes y llamativos para que el oyente participe, no solo dando su opinión, sino también alimentando la temática abordada por el programa a través de los mecanismos que se disponen en la plataforma de radio en internet, herramientas mencionadas con anterioridad. Finalmente, entre más simple sea la temática línea o el contenido del programa, más sencilla será su comprensión por parte del receptor y abordaje de quien produce. Lo simple puede ser llamativo y ahí se logrará la transformación de un oyente receptor a un prosumidor.

### ***Línea editorial***

Adherida a la clasificación hecha en la resolución 415 de 2010, la línea editorial de *La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet*, rescata, no de manera literal, algunos de los principios de las radios de interés público, reglas que servirán de ruta en cuanto al tratamiento

---

<sup>100</sup> Productor de contenidos que en el modelo tradicional, actúa como receptor de ellos. El oyente se convierte en productor además de consumir o recibir la información.

<sup>101</sup> La ciudadanía reflexiva, se compone de:

Autonomía: la única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.

Acendrada Tolerancia: solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).

Participación – capacidad reflexiva: supone que la gente exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). *La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet*, capítulo 2, pág. 98.

de la información en los programas, locución y manejo del lenguaje por parte de productores y prosumidores de contenidos.

- *Tratar a todas las personas con respeto y cortesía:* es deber de todas las personas, no solo de productores y realizadores, también de los prosumidores.
- *Reconocer y respetar los derechos fundamentales del ser humano:* especialmente, el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que establece la libertad de expresión y opinión. Este derecho también está contemplado en la Constitución Colombiana de 1991 y sin expresión, no hay lugar a acendrada tolerancia, una de las características principales del ciudadano reflexivo.
- *Respetar la honra, la intimidad y el buen nombre:* las opiniones e ideas deben ser escuchadas y compartidas, toda vez que estén argumentadas y en lenguaje respetuoso con el otro, además de que no vayan en detrimento de la honra, la intimidad y el buen nombre de los demás.
- *Velar para que los contenidos de los programas no sean racistas ni utilicen lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con raza o grupo étnico alguno:* ya se ha dejado claro que para que haya promoción cultural, debe haber lugar para la diversidad, la autenticidad y la memoria, características que pueden visualizarse mejor, siempre y cuando se cumpla con esta regla.
- *Cuidar el uso del lenguaje y el humor por parte de redactores, productores y locutores:* no utilizar lenguaje despectivo o sarcástico en relación con la mujer ni con personas de la orientación sexual o política que fuere. El respeto y la convivencia deben ser valores aliados a este propósito.

- *Dar la debida importancia a los mensajes que reconozcan la diversidad en todas sus formas: cultural, sexual, racial, política u otra.*
- *Promover espacios de participación que muestren la diferencia como algo positivo: foros en redes sociales, preguntas que alienten la participación, fotografías y videos que motiven la curiosidad y resalten esa diferencia que confluye en Colombia.*
- *Dar participación a las personas, sin discriminación o prejuicio de ningún tipo.*
- *Evitar los juicios moralistas por parte de presentadores, locutores o periodistas que refuercen los prejuicios sociales: si lo que se busca es formar al otro, se debe comenzar por el medio mismo, por quienes ponen sus voces y conocimientos al servicio de los demás.*
- *Consultar varias fuentes y establecer su idoneidad, con el propósito de lograr información objetiva: principio de toda comunicación, ver ambas caras del suceso, verificar la información y buscar tener la mayor cantidad de puntos de vista.*
- *Tomar posición en casos de discriminación, violación, injusticia o violencia de cualquier tipo: requiere defender a quien sea víctima de estos casos, no por respetar la opinión se puede incurrir en omisión de la falta.*
- *No promover ni incentivar la violencia bajo ninguna de sus formas.*

### ***Y ¿para qué tipo de emisoras es este modelo?***

En cuanto a la finalidad de las emisoras, el modelo aplica para todas las clasificaciones contempladas en la Resolución 415 de 2010. En este sentido, es creyente de una radio con mayor responsabilidad social, que contribuya a la formación de un ciudadano reflexivo ávido de aportar su saber a un relato común, sin importar que la emisora sea comercial, de interés público, o comunitaria, siempre y cuando la tecnología de transmisión utilizada sea internet y sus contenidos estén alojados en una plataforma web.



***Conclusiones***

La Constitución de 1991 es la carta que abrió las posibilidades para rescatar la participación de sujetos diversos, con influencias multiculturales e interculturales si se quiere, reconociendo la sociedad plural que conforma a este país “con el principio de participación, el ciudadano deja de ser sujeto pasivo para convertirse en *ciudadano activo*, portador y legitimado para ejercer jurídicamente intereses sociales, colectivos o difusos” (Sánchez Torres, Participación ciudadana en Colombia, 1994). Sin embargo, abrir estas posibilidades no parece ser suficiente para ejercer la participación, tampoco el hecho de ampliar el espectro a otras esferas diferentes a la política y que, aunque públicas, no habían sido tenidas en cuenta en otros momentos históricos de la ciudadanía como los medios de comunicación.

La participación en los medios aún es un tema poco posicionado en el receptor de los contenidos. Esto puede responder a la brecha digital que presentan países como Colombia, cuyas problemáticas de violencia, de pobreza y de poca o novedosa normatividad para participar, no han permitido la consecución de los recursos para que las personas se animen a hacerlo.

Aunque no se registraron opiniones que permitieran visualizar la sociedad plural a la que pertenecen los oyentes, sociedad reconocida en la Constitución de 1991 a través del artículo 70 “la cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país” los programas analizados, con las temáticas que trabaja cada uno y la metodología que usan para abordar tales temáticas, sí dan cuenta de una sociedad multiétnica, pluricultural, con comunidades negras, raizales e indígenas, etc.

La ciudadanía tal y como la propone Carlos Thiebaut no se ve activa en la muestra de emisoras analizada. La variable participación, que es por medio de la cual se puede analizar el tipo de ciudadanía que forman estos programas, tampoco es visible y, la ausencia de ella, es un indicador que fortalece la posición en la que se encuentra Colombia como Estado, al hablar de este concepto nacido en la modernidad. Queda la sensación de ser una nación a medias, un Estado inacabado en el que a pesar de contar con un marco jurídico garante de que los espacios públicos sean democráticos y participativos, se ve subutilizado porque dichos espacios no están siendo aprovechados por sus habitantes para sentar sus posiciones acerca de diversidad de situaciones. La ciudadanía se estaciona entonces en la figura del individuo perteneciente a un territorio, con mayoría de edad y que tiene algunas herramientas como el voto para activar su papel como ciudadano.

Los contenidos de orden cultural que se hallaron en la muestra, están direccionados hacia agendas informativas, informaciones generales de personajes, momentos históricos, lugares y, algunos saberes que por cultura general deberían ser heredados al conocimiento de un ciudadano colombiano, pero no son promoción cultural como se encuentra consignada en el marco conceptual. La autenticidad, diversidad y memoria son características propias de la promoción cultural más aún, si su finalidad es la de formar ciudadanía. Promover el sentido de identidad que fomenta la participación desde de la complejidad individual, es corroborar lo dicho por (Uribe de Hincapié, Nación, ciudadano y soberano, Junio 2001) de que “las formas predominantes de identidad son las culturales (y) es la pertenencia a un colectivo histórico lo que le otorga sentido a la ciudadanía”.

La cultura es un tema que en medio de su amplitud puede mostrar el camino de la identidad y cómo ella es forjada en el seno de unas prácticas y memorias de toda índole, sociales, políticas, económicas. El modelo debió cerrar su espectro para que la relevancia se la llevara la promoción cultural desde la informalidad del discurso individual que en el diálogo, aportara al relato común. No podrán ser unos discursos y memorias compartidos desde la visión de unos pocos, de quienes producen y conocen a cabalidad las dinámicas del medio, sino discursos y memorias recolectadas en la esfera pública como evidencias de la tradición, costumbres e historia pasada y presente, de un pueblo que aún no reconoce su adhesión.

La radio en internet fue encontrada, aunque en una muestra pequeña, con todas las condiciones que instauraba el marco tecnológico. No obstante, y a pesar de lo multimedial que pueda ser, el tema de la participación puede responder no necesariamente a la herramienta. Entonces, ¿cómo es que otros medios como los abordados en el marco histórico han logrado semejantes propósitos? Se convierte éste en un tema de culturización, de que ahora que están las libertades servidas en la mesa, se puedan hacer parte del proceder cotidiano del ciudadano. Es una tarea que, como aquella de recuperar un relato común, tal vez lleve más tiempo del esperado.

La radio en internet no se destaca como un medio de comunicación que con todas las herramientas instaladas, genere por si sola la necesidad de participar y construir en conjunto. Parece que hace falta algo más que la plataforma y sus mecanismos para movilizar a las personas, a sus escuchas, para hacerse prosumidores de contenidos. Tal vez, se hace indispensable, como en los ejemplos hallados en el marco histórico, establecer alianzas entre lo análogo y lo digital para el reconocimiento de los elementos en internet que permitirían la participación, además de un refuerzo en la instrucción de uso de tales mecanismos. Adicional a ello, las herramientas que la hacen multimedial tienen cada una, un instructivo ligado al

modelo, que aporta a su propósito; este “modo de uso”, en especial de la herramienta redes sociales, aclara su funcionalidad y permite que el oyente tenga claridad para participar por medio de ella y que su opinión quede contextualizada en la temática específica a la que se refiera, es decir, que la emisora pueda tener por ejemplo, fan page y que el programa tenga un grupo adherido a esa fan page.

La entrevista se constituyó en el aliado principal a la hora de abordar contenidos culturales quizá para lograr una mejor comprensión de los temas por parte de los oyentes, sin embargo, no es suficiente la entrevista al experto como lo arrojó la investigación para generar movilización. En este sentido el enfoque de este modelo de radio pensó en una entrevista libre que se le aplique al mismo oyente para obtener de él la información requerida. Si el oyente no va a la emisora, la emisora sí va al oyente, garantizado que su voz pueda ser escuchada y tenida en cuenta en el abordaje de los contenidos.

Las políticas de los medios caracterizados, si son analizadas desde el medio como institución, pueden no coincidir en aquellas propias para los tipificados como de interés público. En la alianza establecida desde los colectivos se han podido instaurar unas, generales de este tipo de emisoras, que dialogan con la carta magna y que pueden aportar al desarrollo de contenidos y temáticas de memoria, diversidad y autenticidad para la formación de un ciudadano con autonomía e identidad que en la participación misma se constituya en reflexivo de su entorno. Por eso, la línea editorial y fundamentos de estilo, en los que se incluyó la misión para este modelo de radio ciudadana, se recopiló de la manera más específica, clara y concisa, para que el manejo de la información no tenga lugar a perderse en la explicación mal dada. Esta parte del modelo, establece los instructivos para el trato del lenguaje, las relaciones interpersonales y

sociales que se generen, además de la ruta sobre la cual navega la parte formal y temática del modelo.

En definitiva no se hallaron los discursos autónomos, las adhesiones y capacidades reflexivas y mucho menos las acendradas tolerancias. En una participación nula, no podrían caber el reconocimiento de identidades, de la diversidad o la defensa y promoción de derechos, solo porque las voces que aparecen, son las que proponen el tema a debatir. Están los contenidos servidos en una mesa pública a la que los oyentes pueden tener acceso para debatirlos, complementarlos, rechazarlos o afirmarse en ellos y no lo hicieron. Es desconcertante encontrarse con que la participación, aún después de 13 años de vigencia de la Constitución de 1991 en Colombia, es un tema poco apropiado por los ciudadanos, por lo menos, por los oyentes de estos contenidos. Por otro lado, el hecho de saber que estas plataformas no forman ciudadanos reflexivos, hizo aún más exigente la propuesta de crear un modelo de radio ciudadana en internet que a través de la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva. Es un reto que se asumió desde los aportes de los teóricos trabajados en el marco referencial sobre promoción cultural, radio en internet y ciudadanía reflexiva; además desde la perspectiva formal que dejó la ficha de contenido #1 acerca del abordaje de tales contenidos, reto que se asumió con responsabilidad y entusiasmo.

## Anexo 1

<b>COLOMBIA.COM</b>	
<b>LISTADO DE EMISORAS DE INTERÉS PÚBLICO</b>	
<a href="http://www.colombia.com/radio/g3/emisoras-colombiana">http://www.colombia.com/radio/g3/emisoras-colombiana</a>	
1	1430 AM Radio
2	A3 Boyacá Radio
3	ABC Comunal Radio Romántica
4	AndarColombia
5	Candela AM
6	Cantar de los Andes
7	Caucana 1040 AM
8	Colombia Total Stereo
9	Doremi Radio
10	Ecos del Atrato
11	Ecos del Pamplonita
12	Emisoras Unidas
13	Folclor Estéreo
14	Folklórica Estéreo
15	La voz de Colombia
16	Mi Vélez Hit
17	Mundy Estéreo
18	Ocaña TV Radio
19	Parque Nal. Del Chicamocha St
20	Paz de Selva Verde
21	Producciones JPC Carranguera Stereo
22	Señal Radio Colombia
23	Soy Colombiano
24	Tolima Musical
25	UIS AM

## Anexo 2

<b>RED DE RADIOS UNIVERSITARIAS</b>		
<b>LISTADO DE EMISORAS UNIVERSITARIAS</b>		
<a href="https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/">https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/</a>		
	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>EMISORA</b>
1	Corporación Universitaria Minuto de Dios	Uniminuto Radio
2	Universidad Autónoma de Manizales	Radio Cóndor
3	Universidad Autónoma del Caribe	Radio Cultural Uniautónoma
4	Universidad Católica de Oriente	Sin Igual FM Estéreo
5	Universidad de Antioquia	Emisora Cultural Universidad de Antioquia
6	Universidad de Cartagena	UDC Radio
7	Universidad de Córdoba	Unicor Stereo
8	Universidad de la Amazonía	Radio Universidad de la Amazonía
9	Universidad de Medellín	Emisora Cultural Universidad de Medellín
10	Universidad de Nariño	Radio Universidad de Nariño
11	Universidad de Pamplona	Radio Universidad de Pamplona
12	Universidad del Quindío	La U FM Stereo
13	Universidad de Sucre	Unisucro FM Stereo
14	Universidad del Cauca	Unicauca Estéreo
15	Universidad del Magdalena	Unimagdalena Radio
16	Universidad del Norte	Uninorte FM Radio
17	Universidad del Valle	Univalle Estéreo
18	Universidad Distrital Francisco José de Caldas	LAUD Estéreo
19	Universidad Francisco de Paula Santander	UFPS Radio
20	Universidad Francisco de Paula Santander, seccional Ocaña	La U FM Stereo
21	Universidad Industrial de Santander	UIS Estéreo
22	Universidad Javeriana - Cali	Emisora Javeriana Estéreo
23	Universidad Javeriana - Bogotá	Emisora Javeriana Estéreo
24	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Emisora Jorge Tadeo Lozano JUT
25	Universidad Nacional - sede Bogotá y Medellín	UN Radio
26	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	UPTC Radio
27	Universidad Pontificia Bolivariana	Radio Bolivariana AM
28	Universidad Pontificia Bolivariana - sede Bucaramanga	Radio Católica Metropolitana
29	Universidad Pontificia Bolivariana - sede Montería	Frecuencia Bolivariana Montería
30	Universidad Surcolombiana	Radio Universidad Sur Colombiana
31	Universidad Tecnológica de Pereira	Universitaria Stereo
32	Universidad Tecnológica del Chocó	Radio Universidad del Chocó
33	Fundación Universitaria Konrad Lorenz	Konradio.co
34	Institución Universitaria Antonio José Camacho	Radio UNIAJC
35	Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano	Poliradio
36	Universidad de Antioquia	Altaír
37	Universidad de la Sabana	Unisabana Radio
38	Universidad de Manizales	UM Radio
39	Universidad del Tolima	Tu Radio, La Radio de la UT
40	Universidad EAFIT	Acústica
41	Universidad Jorge Tadeo Lozano - Bogotá	Óyeme UJTL
42	Universidad Jorge Tadeo Lozano - Caribe	10k13Radio.com
43	Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD	Radio UNAD Virtual
44	Universidad Santiago de Cali	La Radio USC
45	Universidad Santo Tomás	Escenario Radio

## Anexo 3

<b>RADIOS COLOMBIA</b>	
<b>LISTADO DE EMISORAS COMERCIALES</b>	
<a href="http://www.radioscolombia.com/radiostation-listing-genre/culturales/0/pre.html/">http://www.radioscolombia.com/radiostation-listing-genre/culturales/0/pre.html/</a>	
1	Cámara FM
2	Colmundo Radio
3	Conexión Radio Virtual
4	Curramba Estéreo
5	Ecos del Atrato
6	Eduvisión La Básica
7	Emisora Cultural del Huila
8	Emisora Mariana
9	En Tu Presencia
10	Galáctica Stereo
11	HJCK
12	La Máxima
13	Llanomio
14	MasMúsica
15	Ondas del Fusacatan
16	Pacho Stereo
17	Paisa Stereo
18	Planeta DJ Estéreo
19	Radio Ciudad Dabeiba
20	Radio Comunícate
21	Radio Educastilla
22	Radio Guatapurí
23	Radio K Boyacá
24	Radio Kronos
25	Radio Mensajera de Paz
26	Radio Paisa - Medellín
27	Radio Panzenú
28	Radio Sur
29	Sarare Stereo
30	Telemedellín Radio
31	Tricolor Stereo
32	UDC Radio
33	Unisabaneta Radio Tropical
34	Universitas Stereo
35	Verde Stereo
36	Viva
37	Voces
38	Yolombó Stereo
39	Zuldemayda Radio
40	Caracol Radio



## Anexo 4

MUESTRA TOTAL DE EMISORAS					
EMISORA	TIPO	URL	DESCRIPCIÓN DE LA EMISORA	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
Acústica - Eafit	Universitaria	<a href="http://acustica.eafit.edu.co">http://acustica.eafit.edu.co</a>	“Acústica es el laboratorio de producción sonora del programa de Comunicación Social, de la Escuela de Ciencias y Humanidades de la Universidad EAFIT.” Es una emisora web que proyectado como un medio de comunicación académico y cultural, que busca impulsar y dar a conocer las producciones de sus estudiantes del programa de Comunicación y de la comunidad universitaria en general. Tiene como objetivo intensificar la participación estudiantil y proponer diferentes alternativas a la hora de producir material radiofónico.	Hilos de historia	Un espacio para la evocación y remembranza de grandes personajes y momentos de nuestra historia. Una tertulia a cargo de Marta Luz Fernández y Olga Romero de Fex, integrantes de Saberes de Vida, programa de la Universidad EAFIT. Aquí podrán escoger las temporadas que desean escuchar. Si desean descargar el audio solo se debe dar clic en "descargar audio" y con el botón derecho del ratón seleccionar "descargar como".
Uniminuto Bogotá	Universitaria	<a href="http://radio.uniminuto.edu">http://radio.uniminuto.edu</a>	El área de Radio de la Escuela de Medios para el Desarrollo tiene como proyecto principal UNIMINUTO Radio, la emisora virtual de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Este proyecto basa su trabajo en el resultado de las investigaciones de las diferentes facultades y programas académicos de UNIMINUTO a nivel de la sede principal y Sistema con sus Sedes Regionales y Centros Regionales, con el fin de hacer de estas investigaciones productos radiofónicos que puedan ser escuchados, debatidos, confrontados y cuestionados por la comunidad académica y los diferentes actores sociales que tiene UNIMINUTO en su cadena de valor (estudiantes, docentes, administrativos, comunidades, sectores sociales, etc.). Contribuye al desarrollo de UNIMINUTO como un escenario de experimentación y producción de pensamiento desde un espacio comunicativo radial y multimedia que vincula la construcción académica, investigativa y de proyección social, bajo nuevo imaginario que convierte en simbolización sonora el resultado de sus procesos.	Colombianidades	Colombianidades es un programa radial, que tiene como objetivo recoger la diversidad cultural de Colombia, resaltando las culturas y tradiciones que en ella conviven. En cada programa se tratan temas culturales, económicos, turísticos y gastronómicos sobre una región específica del territorio colombiano. Colombianidades busca resaltar la música y los personajes destacados de cada región.

Señal Radio Colombia - En Órbita	De interés público	<a href="http://www.senalradiocolombia.gov.co/">www.senalradiocolombia.gov.co/</a>	Señal Radio Colombia es una emisora que transmite desde Bogotá las 24 horas del día música de compositores colombianos y emite programas culturales sobre arte, actualidad y eventos a realizar en el país.	El Atardecer en Órbita	En Órbita es un espacio de participación sobre temas específicos. Se convierte en plataforma para la publicación de todo tipo de archivos (sonoros, imágenes, tv y escritos) de diversa índole.
Museo de Antioquia	De interés público	<a href="http://www.museodeantioquia.co/categoria/citofono/">www.museodeantioquia.co/categoria/citofono/</a>	El Citófono es un medio radial del Museo de Antioquia para difundir la cultura mediante entrevistas a algunos artistas y reportes que se emite una vez por semana. Se emite también por la emisora de la Cámara de Comercio.	El Citófono nos cuenta	Entrevistas a artistas colombianos en que se conoce su proceso artístico y se publicitan exposiciones del Museo y descentralizadas.
Universidad Nacional	Universitaria	<a href="http://www.unradio.unal.edu.co">www.unradio.unal.edu.co</a>	La Universidad Nacional de Colombia con su Unidad de Medios de Comunicación en los que alterna periódico, televisión y la radio, manejan una programación que va dirigida especialmente para su comunidad académica a lo largo de sus sedes en todo el territorio nacional y para el público externo.	Museos en vivo	“Este espacio busca ampliar la accesibilidad pública al patrimonio cultural de la UN proponiendo nuevos horizontes en la gestión del patrimonio cultural, concebidos en cultura científica, memoria histórica y conciencia ambiental para la sociedad.
Altair Universidad de Antioquia	Universitaria	<a href="http://www.altair.udea.edu.co">www.altair.udea.edu.co</a>	Altair, primera emisora virtual universitaria que tuvo América latina bajo la administración de la Universidad de Antioquia. Comenzó labores en febrero del año 2000 y desde entonces ha ido evolucionando en materia de exploración de nuevos lenguajes y apertura en nuevos espacios y creación de reflexión en el ciberespacio.	A toda voz	“Es un programa de periodismo cultural que evoca la diversidad de voces y culturas que circulan en la Alma Máter, profundiza en la construcción de identidad, en la formación de gusto estético por las diferentes expresiones artísticas desde el universo de personas, pensamientos, culturas y gustos existentes en la Universidad de Antioquia como escenario abierto a la ciudad y al mundo.
Universidad Francisco de Paula Santander de Ocaña	Universitaria	<a href="http://www.laufm.ufps.edu.co/">www.laufm.ufps.edu.co/</a>	La UFPS es una emisora de la Universidad Francisco de Paula Santander en Ocaña, Norte de Santander y tiene como objetivo “servir de enlace entre la universidad y la comunidad como generadores de desarrollo” y ofrecer diferentes proyectos que sean de interés para la comunidad. UFM Stéreo.	Podcasting	En este particular, se encontraron dos programas con temas de promoción cultural, sin embargo, no se pudieron escuchar porque son emitidos en vivo. La emisora tiene una zona de podcasting y allí aloja algunos audios de interés como el noticiero y otros que no se encuentran de forma permanente en la programación. Se toman para esta muestra, dos podcast con temas de promoción cultural.

## Anexo 5

## Aplicación ficha de contenido #1

## Emisora Acústica

## Programa: Hilos de Historia

## Capítulo: María Cano

							*MRCI/PC: Hh1	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 24 de octubre de 2013.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Acústica		<b>Nombre del podcast:</b> María Cano			<b>Programa:</b> Hilos de Historia			
<b>URL:</b> <a href="http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx">http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
		Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?					X		La página permite la fácil identificación de los programas que se encuentran alojados, sin embargo, sólo cuenta con redes sociales para
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
							X	Al menos en lo que respecta al programa, porque las redes con las que cuenta, son del medio y no de él.
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b>
				X				A manera de tertulia, las dos presentadoras desarrollan el tema: biografía de María Cano. Cuentan la historia, a partir de los datos
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b>
		X			X			Es la combinación de ambos géneros, porque el relato de su vida sigue una línea de tiempo que a su vez se alimenta de hechos históricos
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X					Marta Luz Fernández y Olga Romero de De Fex, integrantes de Saberes de Vida, programa de la	
<b>En cuanto al contenido</b>								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>						
		1. Creadores de contenidos académicos digitales y creemos en las posibilidades del trabajo creativo, colaborativo, colectivo. 2. Creemos en la transformación de los contenidos desde el momento en el que decidimos ponerlos en la red. 3. Nuestros contenidos sonoros son propuestas surgidas en la academia, por lo tanto, deben ser útiles en otros escenarios y en otros contextos y si son útiles deben ser libres. 4. Atribución: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo. Pero dando siempre testimonio de la autoría del mismo. 5. No comercial: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero únicamente con propósitos no comerciales. 6. Compartir igual: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero únicamente con propósitos no comerciales.						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b>
		X		X		X	X	Toda vez que comparten la vida de un personaje importante para la historia de Colombia. Líder política.
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás		<b>¿Cómo?</b>
				X				Biografía de personajes ilustres del

9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b>			
		La biografía es el hilo conductor para contar la importancia de las acciones que estos personajes tuvieron en su época en el país y cómo esas acciones impulsaron un país diferente.			
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales	Costumbres y prácticas cotidianas	Relacionados con algún arte	¿Cuál o cuáles?
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).		<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.	
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996, (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.					
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.		<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.	
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural					
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.					

## Capítulo: Porfirio Barba Jacob

							<b>*MRCI/PC: Hh2</b>	
<b>La Peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 24 de octubre de 2013.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Acústica		<b>Nombre del podcast:</b> Porfirio Barba Jacob - Miguel Angel Osorio Benítez			<b>Programa:</b> hilos de Historia			
<b>URL:</b> <a href="http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx">http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
		Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?					X		La página permite la fácil identificación de los programas que se encuentran alojados, sin embargo, sólo cuenta con redes sociales para la participación.
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
							X	Al menos en lo que respecta al programa, porque las redes con las que cuenta, son del medio y no de él.
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazín	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b>
				X				A manera de tertulia, las dos presentadoras desarrollan el tema: biografía de Porfirio Barba Jacob. Cuentan la historia a partir de los datos recolectados.
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b>
		X			X			Es la combinación de ambos géneros, porque el relato de su vida sigue una línea de tiempo que a su vez se alimenta de hechos históricos nacionales.
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X					Marta Luz Fernández y Olga Romero de De Fex, integrantes de Saberes de Vida, programa de la	

En cuanto al contenido								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>						
		1. Creadores de contenidos académicos digitales y creemos en las posibilidades del trabajo creativo, colaborativo, colectivo. 2. Creemos en la transformación de los contenidos desde el momento en el que decidimos ponerlos en la red. 3. Nuestros contenidos sonoros son propuestas surgidas en la academia, por lo tanto, deben ser útiles en otros escenarios y en otros contextos y si son útiles deben ser libres. 4. Atribución: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo. Pero dando siempre testimonio de la autoría del mismo. 5. No comercial: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero únicamente con propósitos no comerciales. 6. Compartir igual: Esta opción permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero únicamente con propósitos no						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b>
		X		X	X	X	X	Toda vez que comparten la vida de un personaje importante para la historia de Colombia. Poeta y periodista.
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás		<b>¿Cómo?</b>
				X				Biografía de personajes ilustres del país.
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b>						
		La biografía es el hilo conductor para contar la importancia de las acciones que estos personajes tuvieron en su época en el país y cómo esas acciones impulsaron un país diferente.						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas		Relacionados con algún arte		<b>¿Cuál o cuáles?</b>
					X		Desde la declamación de uno de los poemas del personaje. Una de las locutoras pone en la mesa su saber popular de declamar.	
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).			<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir la cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.			
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.								
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.			<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.			
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural								
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.								

## Emisora Señal Radio Colombia

### Programa: En Órbita

### Capítulo: Entre ruinas y arte, nace Odeón

		<b>*MRCI/PC: Or1</b>
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>		
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>		
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.		
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.		
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentran exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.		
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 4 de noviembre de 2013.		
<b>Cuestionario</b>		
<b>Emisora:</b> Señal Radio Colombia	<b>Nombre del podcast:</b> Entre ruinas y arte, nace Odeón	<b>Programa:</b> En Órbita
<b>URL:</b> <a href="http://www.enorbita.tv/odeon">http://www.enorbita.tv/odeon</a>		

En cuanto a la forma							
	Chat	Vídeo	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	Descripción
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	X	X	X	X	X	1. Es una plataforma limpia. 2. Las herramientas están bien distribuidas y no generan ruido entre ellas. 3. Tiene un link exclusivo para la escucha del programa y no hay lugar a confusiones. 4. Las herramientas que usa sirven para abordar de manera diferente el tema del que trata la emisión.
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?				X		1. No se puede rastrear el comentario pero el locutor indica el medio desde el que se hace. 2. Saludos en general a todos los oyentes.
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazín	Dramatizado		Documental
		X		X			
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista
							X
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	Otros ¿Quiénes?
		X		X			
En cuanto al contenido							
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	Principios					
		1. Actuar con justicia, honradez y transparencia. 2. Promover la solidaridad y el trabajo en equipo. 3. Servir con prontitud y sin preferencias. 4. Desechar toda recompensa indebida. 5. Prestar el servicio con eficiencia. 6. Utilizar con pulcritud el tiempo de trabajo. 7. Acoger con temperancia las críticas de la ciudadanía. 8. Garantizar la participación de la ciudadanía. 9. Propiciar el reconocimiento de la diversidad cultural existente en nuestro país. 10. Estar preparados para el cambio dinámico y constante. 11. Universalizar la programación de los medios bajo nuestra responsabilidad.					
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política
		X			X	X	
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás	
		X					
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	¿Cómo?					
		Sí, en la medida en que participaron diversidad de visiones del arte colombiano en la feria. Si bien es cierto que cuentan una experiencia específica como la feria Odeón, se permitieron comentarios de tipo histórico y memoria actual del arte contemporáneo, además de la dinamización cultural en la ciudad.					
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas		Relacionados con algún arte	
		X				X	
Emisoras comerciales: son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		Emisoras de interés público: se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).			Emisoras universitarias: están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.		
Promoción cultural: es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.							
Podcast: es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		Formato: es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.			Principios: son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.		
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural							
Nota: las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.							

## Capítulo: Yo me llamo cumbia

							*MRCI/PC: Or2	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 23 de noviembre de 2013.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Señal Radio Colombia		<b>Nombre del podcast:</b> Yo me llamo cumbia			<b>Programa:</b> En Órbita			
<b>URL:</b> <a href="http://www.enorbita.tv/cumbia">http://www.enorbita.tv/cumbia</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> 1. Es una plataforma limpia. 2. Las herramientas están bien distribuidas y no generan ruido entre ellas. 3. Tiene un link exclusivo para la escucha del programa y no hay lugar a confusiones. 4. Las herramientas que usa sirven para abordar de manera diferente el tema del que trata la emisión.
		X	X	X	X	X		
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> 1. No se puede rastrear el comentario pero el locutor indica el medio desde el que se hace. 2. No tiene participación al aire. En las redes y chat, los oyentes hacen comentarios positivos acerca del programa y la creación colectiva se da en otros espacios del medio.
		X				X		
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b> 1. Combina piezas musicales con la entrevista a un personaje. 2. Los entrevistadores se permiten opinar acerca del tema.
		X		X				
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b> 1. Todo el programa es una entrevista que se hace a un experto. 2. No existe la combinación de géneros o la utilización de varios en el mismo programa.
							X	
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X		X				
<b>En cuanto al contenido</b>								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>						
		1. Actuar con justicia, honradez y transparencia. 2. Promover la solidaridad y el trabajo en equipo. 3. Servir con prontitud y sin preferencias. 4. Desechar toda recompensa indebida. 5. Prestar el servicio con eficiencia. 6. Utilizar con pulcritud el tiempo de trabajo. 7. Acoger con temperancia las críticas de la ciudadanía. 8. Garantizar la participación de la ciudadanía. 9. Propiciar el reconocimiento de la diversidad cultural existente en nuestro país. 10. Estar preparados para el cambio dinámico y constante. 11. Universalizar la programación de los medios bajo nuestra responsabilidad.						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretención	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b> 1. Hacen una introducción a las canciones y arrojan datos históricos a manera de entrevista con el experto. 2. El experto es el subdirector del documental "Yo me llamo cumbia", tema central del programa.
		X		X		X		

8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos	Compartir una memoria	Criticar los discursos de los demás	<b>¿Cómo?</b>
			X		Es una memoria histórica, en tanto el documental de que se trata el programa hace una investigación del lugar en donde nació la cumbia y las costumbres que alrededor de este tipo de música se pueden generar.
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b>			
		Sí, en tanto es un recorrido histórico por la cumbia. Se dice que la cumbia nació en Colombia y el programa, que indaga sobre el documental, arroja datos específicos de fechas, personajes y lugares importantes en su desarrollo.			
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales	Costumbres y prácticas cotidianas	Relacionados con algún arte	<b>¿Cuál o cuáles?</b>
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).		<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.	
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.					
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.		<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.	
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural					
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.					

## Emisora Uniminuto Bogotá

### Programa: Colombianidades

### Capítulo: La costa atlántica

							<b>*MRCI/PC: Col1</b>	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 12 de noviembre de 2013.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Uniminuto Bogotá		<b>Nombre del podcast:</b> La Costa Atlántica			<b>Programa:</b> Colombianidades			
<b>URL:</b> http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p_id=110_INSTANCE_abhrHiklfbh6&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=2&p_p_col_count=3&_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_redirect=http%3A%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%3Fp_id%3D110_INSTANCE_abhrHiklfbh6%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_pos%3D2%26p_p_col_count%3D3&_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_fileEntryId=100003827041								
<b>En cuanto a la forma</b>								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> La plataforma permite la navegación clara por el contenido de interés (programa colombianidades). Es sencillo de comprender.
		X		X	X	X		
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> A pesar de contar con un espacio para hacer comentarios, no se utiliza.
							X	



3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b> A manera de conversatorio informan al oyente sobre las generalidades más destacadas de la Costa Atlántica y, ponen música para ambientarlo.
				X				
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b> Si bien hacen un perfil del lugar, se hace a través de datos a manera de informes.
					X	X		
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X					Estudiantes de comunicación	
<b>En cuanto al contenido</b>								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>						
		1. Escenario de experimentación y producción de pensamiento desde un espacio comunicativo radial y multimedia que vincula la construcción académica, investigativa y de proyección social, bajo nuevo imaginario que convierte en simbolización sonora el resultado de sus procesos. 2. Programas de radio que aborden contenidos de carácter: a. Cultural y/o científico. b. Educativo. c. Artístico. d. Medio ambiente.						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretención	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b> Arrojan datos puntuales de fechas históricas y lugares turísticos.
		X				X		
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás		<b>¿Cómo?</b> Desde la recolección y divulgación de eventos, fechas, lugares destacados de la Costa Atlántica.
		X		X				
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b> Recorrido por la geografía de la Costa Atlántica (Cartagena, Barranquilla, Santa Marta) con datos de interés para el turismo.						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas		Relacionados con algún arte		<b>¿Cuál o cuáles?</b> Las presentadoras participan con historias personales que inviten al cuidado ambiental de los lugares que promueven.
		X						
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).			<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.			
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.								
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.			<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.			
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural								
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio analoga.								

## Capítulo: El casanare

<b>*MRCI/PC: Col2</b>	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>	
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>	
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.	
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.	
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.	
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 12 de noviembre de 2013.	
<b>Cuestionario</b>	
<b>Emisora:</b> Uniminuto Bogotá	<b>Nombre del podcast:</b> El Casanare
<b>Programa:</b> Colombianidades	
<b>URL:</b> <a href="http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p_p_id=110_INSTANCE_abhrHikIfbh6&amp;p_p_lifecycle=0&amp;p_p_state=normal&amp;p_p_mode=view&amp;p_col_id=column-2&amp;p_p_col_pos=2&amp;p_p_col_count=3&amp;_110_INSTANCE_abhrHikIfbh6_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&amp;_110_INSTANCE_abhrHikIfbh6_redirect=http%3A%2F2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%3Fp_p_id%3D110_INSTANCE_abhrHikIfbh6%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_pos%3D2%26p_p_col_count%3D3&amp;_110_INSTANCE_abhrHikIfbh6_fileEntryId=100003827041">http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p_p_id=110_INSTANCE_abhrHikIfbh6&amp;p_p_lifecycle=0&amp;p_p_state=normal&amp;p_p_mode=view&amp;p_col_id=column-2&amp;p_p_col_pos=2&amp;p_p_col_count=3&amp;_110_INSTANCE_abhrHikIfbh6_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&amp;_110_INSTANCE_abhrHikIfbh6_redirect=http%3A%2F2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%3Fp_p_id%3D110_INSTANCE_abhrHikIfbh6%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_pos%3D2%26p_p_col_count%3D3&amp;_110_INSTANCE_abhrHikIfbh6_fileEntryId=100003827041</a>	

En cuanto a la forma								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> La plataforma permite la navegación clara por el contenido de interés (programa colombianidades). Es sencillo de comprender.
		X		X	X	X		
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> A pesar de contar con un espacio para hacer comentarios, no se utiliza.
							X	
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b> En esta oportunidad hacen un recorrido por la región del Casanare. Por medio de diferentes informaciones aportadas por las locutoras, el oyente puede hacerse una imagen mental de esta región.
				X				
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b> Si bien hacen un perfil del lugar, se hace a través de datos a manera de informes.
					X	X		
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X					Estudiantes de comunicación	
En cuanto al contenido								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>						
		1. Escenario de experimentación y producción de pensamiento desde un espacio comunicativo radial y multimedia que vincula la construcción académica, investigativa y de proyección social, bajo nuevo imaginario que convierte en simbolización sonora el resultado de sus procesos. 2. Programas de radio que aborden contenidos de carácter: a. Cultural y/o científico. b. Educativo. c. Artístico.						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b> Arrojan datos históricos, de interés general y cultura general como geografía, nombre y turismo del Casanare. Realizan un perfil de la región.
		X				X		
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás		<b>¿Cómo?</b> Acerca de lo que es el Casanare, su cultura, su música, lugares turísticos y actividades económicas.
		X		X				
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b> En la medida en que comparten información específica de una región colombiana. Esto le permite al oyente comprender un poco más de las dinámicas que en dicha región se dan.						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas		Relacionados con algún arte		<b>¿Cuál o cuáles?</b> Las presentadoras participan con historias personales que inviten al cuidado de los lugares que
		X						
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).			<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.			
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.								
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.			<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.			
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural								
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.								

## Emisora Cámara de Comercio – Museo de Antioquia

## Programa: El Citófono

## Capítulo: última emisión 2013

								*MRCI/PC: Ci1
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 4 de diciembre de 2013.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Cámara de Comercio			<b>Nombre del podcast:</b> El Citófono, última emisión 2013			<b>Programa:</b> El Citófono		
<b>URL:</b> <a href="https://www.museodeantioquia.co/citofono/1-de-diciembre/#prettyPhoto">https://www.museodeantioquia.co/citofono/1-de-diciembre/#prettyPhoto</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
		Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	X			X	X		Es una plataforma sencilla, con un diseño limpio y eso permite que los elementos allí dispuestos: imágenes, otros audios, agenda, no generen ruido entre sí.
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
							X	No tiene comentarios, aunque cuenta con un chat.
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b>
			X					Mezcla diversidad de informaciones, no solo el balance del Museo, ni las exposiciones del 2013, sino también de las exposiciones que entran en vigencia para el 2014.
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b>
						X	X	Por las características de las entrevistas y la información que brinda, es la unión de informes.
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes		<b>Otros ¿Quiénes?</b>
		X		X				
<b>En cuanto al contenido</b>								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<p style="text-align: center;"><b>Principios</b></p> <p>Los principios que tiene, están estrechamente relacionados con los del Museo, se rescatan los que van acorde con el proyecto radial.</p> <p>1. Investigación e interpretación: generar conocimiento a partir de los valores simbólicos asociados con el patrimonio de Antioquia y sus relaciones con la comunidad, local nacional e internacional.</p> <p>2. Vinculación social y educativa: generar experiencias sensibles que aporten a la construcción de sujetos reflexivos a partir de procesos de mediación, relación y diálogo con comunidades, grupos de interés y públicos, con base en el conocimiento de los mismos.</p> <p>3. Gestión de tecnología: desarrollar nuevas formas de relación e interacción con el público del Museo de Antioquia que garanticen su sostenibilidad en el tiempo a través de la innovación y el uso de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.</p>						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b>
		X	X		X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura, arte, sociedad y entretenimiento: en el sentido de que sirve como agenda para promover las exposiciones y actividades del Museo.</li> <li>• Política: a medida en que se toca tema de la Afrocolombianidad se cuenta la lucha por el rescate de sus</li> </ul>
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás		<b>¿Cómo?</b>
		X		X				Desde el eje conceptual de la exposición: gastronomía chochoana.
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b>						
		Una invitada es una experta del saber popular de la cocina chochoana y expone desde su memoria, un saber ancestral.						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas		Relacionados con algún arte		<b>¿Cuál o cuáles?</b>
		X		X				La cocina chochoana como saber popular relacionado con las prácticas, costumbres y experiencias.

<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.	<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).	<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir la cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996, (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.		
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.	<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.	<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural		
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.		

## Capítulo: 17 de noviembre de 2013

							*MRCI/PC: Ci2	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 4 de diciembre de 2013								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Cámara de Comercio		<b>Nombre del podcast:</b> El Citófono, 17 de noviembre 2013			<b>Programa:</b> El Citófono nos Cuenta			
<b>URL:</b> <a href="https://www.museodeantioquia.co/citofono/17-de-noviembre/">https://www.museodeantioquia.co/citofono/17-de-noviembre/</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
		Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	X			X	X		Es una plataforma sencilla, con un diseño limpio y eso permite que los elementos allí dispuestos: imágenes, otros audios, agenda, no generen ruido entre sí.
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
							X	No tiene comentarios, aunque cuenta con un chat.
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b>
			X					Informativo que sirve para contar la diversidad de exposiciones del Museo de Antioquia.
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b>
						X	X	Por las características de las entrevistas y la información que brinda, es la unión de informes.
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes		<b>Otros ¿Quiénes?</b>
		X		X				
<b>En cuanto al contenido</b>								
		<b>Principios</b>						
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	Los principios que tiene, están estrechamente relacionados con los del Museo, se rescatan los que van acorde con el proyecto radial. 1. Investigación e interpretación: generar conocimiento a partir de los valores simbólicos asociados con el patrimonio de Antioquia y sus relaciones con la comunidad, local nacional e internacional. 2. Vinculación social y educativa: generar experiencias sensibles que aporten a la construcción de sujetos reflexivos a partir de procesos de mediación, relación y diálogo con comunidades, grupos de interés y públicos, con base en el conocimiento de los mismos. 3. Gestión de tecnología: desarrollar nuevas formas de relación e interacción con el público del Museo de Antioquia que garanticen su sostenibilidad en el tiempo a través de la innovación y el uso de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.						
		Cultura	Entretención	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b>
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	X	X		X	X	X	1. Cultura, arte, y entretenimiento: en tanto sirve de agenda para promover las exposiciones del Museo. 2. Política y sociedad: dichas exposiciones están inspiradas minorías colombianas que han tenido una lucha política y social.

8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos	Compartir una memoria	Criticar los discursos de los demás	¿Cómo?
		X	X		Con informaciones pertinentes a la cultura Afro, alrededor de la cuál gira el primer informe de este capítulo.
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	¿Cómo? Los expertos brindan información no solo de las exposiciones, sino también de los momentos históricos que las inspiraron, así como sus culturas.			
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales	Costumbres y prácticas cotidianas	Relacionados con algún arte	¿Cuál o cuáles?
		X		X	Uno de los invitados es Afrodescendiente y cuenta qué le ha significado a él, reconocerse como
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).		<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.	
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.					
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.		<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.	
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural					
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.					

## Emisora UN Radio

### Programa: Museos en vivo

### Capítulo: Flora+ars+natura

							*MRCI/PC: Mv1	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 20 de diciembre de 2013.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> UN Radio		<b>Nombre del podcast:</b> Flora+ars+natura			<b>Programa:</b> Museos en Vivo			
<b>URL:</b> <a href="http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html">http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
				X	X	X		Si bien es una plataforma limpia en su diseño, el orden en que se exponen sus herramientas genera ruido al momento de identificar el programa. Adicional, tienen correo
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
							X	Si bien tienen redes sociales, los contenidos que en ellas se publican no son exclusivos sobre el programa.
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b>
			X					Es expositivo del proyecto, a partir de entrevistas a los diferentes actores que participan en él.
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b>
							X	El hilo conductor es la entrevista y con ella relatan, a nivel informativo, de lo que se trata el proyecto flora+ars+natura.
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes		<b>Otros ¿Quiénes?</b>
		X		X				Estudiantes de arte de la Universidad Jorge Tadeo Losano que son entrevistados en el programa.

En cuanto al contenido								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	Principios						
		1. Actuar con justicia, honradez y transparencia. 2. Promover la solidaridad y el trabajo en equipo. 3. Servir con prontitud y sin preferencias. 4. Desechar toda recompensa indebida. 5. Prestar el servicio con eficiencia. 6. Utilizar con pulcritud el tiempo de trabajo. 7. Acoger con temperancia las críticas de la ciudadanía. 8. Garantizar la participación de la ciudadanía. 9. Propiciar el reconocimiento de la diversidad cultural existente en nuestro país. 10. Estar preparados para el cambio dinámico y constante. 11. Universalizar la programación de los medios bajo nuestra responsabilidad.						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	Descripción
		X		X	X			
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás		¿Cómo?
		X						A partir de las relaciones interinstitucionales que tiene el Museo con el sector público.
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	¿Cómo?						
Desde el desarrollo de lo ambiental, la entrevista que se hace para comprender el proyecto flora+ars+natura (museo) invita responder por el deber ambiental que tenemos todos para la preservación del patrimonio cultural. Se trata de entender de otra manera la naturaleza para								
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas		Relacionados con algún arte		¿Cuál o cuáles?
		X				X		Los estudiantes se vuelven prosumidores, porque además de ser un público no experto, participan en el proyecto y aportan sus vivencias.
Emisoras comerciales: son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		Emisoras de interés público: se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).			Emisoras universitarias: están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.			
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.								
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.			<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.			
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural								
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.								

## Capítulo: Memoria viva del hospital San Juan de Dios

*MRCI/PC: Mv1								
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 20 de diciembre de 2013.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> UN Radio		<b>Nombre del podcast:</b> Memoria viva del hospital San Juan de Dios			<b>Programa:</b> Museos en Vivo			
<b>URL:</b> <a href="http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html">http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	Descripción
				X	X	X		

2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> No tiene participación al aire. En las redes y chat, los oyentes hacen comentarios positivos acerca del programa y la creación colectiva se da en otros espacios del medio.
							X	
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b> Exposiciones de la Fac. de Artes, que tienen su inspiración en la salud y los espacios e historia de la
			X					
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b> Es la entrevista a los protagonistas de la iniciativa del Sistema de Museos de la Universidad Nacional.
							X	
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X		X			Estudiantes	
<b>En cuanto al contenido</b>								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>						
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actuar con justicia, honradez y transparencia.</li> <li>2. Promover la solidaridad y el trabajo en equipo.</li> <li>3. Servir con prontitud y sin preferencias.</li> <li>4. Desechar toda recompensa indebida.</li> <li>5. Prestar el servicio con eficiencia.</li> <li>6. Utilizar con pulcritud el tiempo de trabajo.</li> <li>7. Acoger con temperancia las críticas de la ciudadanía.</li> <li>8. Garantizar la participación de la ciudadanía.</li> <li>9. Propiciar el reconocimiento de la diversidad cultural existente en nuestro país.</li> <li>10. Estar preparados para el cambio dinámico y constante.</li> <li>11. Universalizar la programación de los medios bajo nuestra responsabilidad.</li> </ol>						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b> Arte, sociedad y cultura: porque comparten el arte en otros espacios que se podrían pensar no compatibles como la Facultad de Medicina. Además, arrojan datos históricos de la medicina en
		X			X	X		
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria		Criticar los discursos de los demás		<b>¿Cómo?</b> Llevar mensajes de cultura a través del arte que se inspira en la historia de este tipo de espacios. El programa trata de las tomas de arte y rescate de memoria como la del H. San Juan de Dios.
		X						
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b> Del país no, de un lugar patrimonial para una Institución específica. Sin embargo, es una experiencia para la recuperación de la memoria sobre la salud en Colombia.						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas		Relacionados con algún arte		<b>¿Cuál o cuáles?</b>
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).			<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.			
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.								
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.			<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.			
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural								
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.								

## Emisora Altaír

## Programa: A toda voz

## Capítulo: Afrocolombianidad

							*MRCI/PC: Atv1	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 2 de enero de 2014.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Altaír		<b>Nombre del podcast:</b> Afrocolombianidad				<b>Programa:</b> A toda voz		
<b>URL:</b> <a href="http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/382-afro">http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/382-afro</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Vídeo	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> Es una plataforma limpia en su diseño. Todos los elementos están dispuestos para su fácil ubicación y recuperación. No se encuentra contenido del programa en cada una de estas plataformas.
		X	X	X	X	X		
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Vídeo	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> No tiene un contador de reproducciones. Aunque las personas pudieron escucharlo, no hicieron ningún tipo de comentario.
							X	
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazín	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b> Desarrolla el tema de la afrocolombianidad a partir de una entrevista en la que el experto deja ver opiniones propias argumentadas.
		X						
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b> La entrevista es el género predominante, toda vez que es a través de ella que se le da desarrollo al tema
							X	
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X		X			Estudiantes	
<b>En cuanto al contenido</b>								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>						
		1. La creación de contenidos conserva una base que le resulta propia a su surgimiento al interior de una institución de orden académico, donde se destacan lo científico, cultural y social de la ciudad, la región y el país. 2. Lenguaje propio del entorno hipermédial en el que la creatividad de las narrativas pone en primer nivel las creaciones capaces de captar la atención del usuario por medio de lo textual, lo visual y lo sonoro, eso sí, desde las distintas interfaces que ahora facilitan el consumo de los contenidos y la interacción. 3. Visibilizar las relaciones con los usuarios de los medios de comunicación, donde es claro que su interés pasó de ser consumidores a convertirse en colaboradores de los espacios digitales, ciudadanos conectados con intereses particulares pero también con conocimientos y experiencias.						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b> 1. Cultura y educación: África y las descendencias de África en América. 2. Sociedad y política: el tema permite una lectura desde lo social, lo cultural y lo político, en concordancia con el modelo, se hace en un espacio educativo.
		X		X		X	X	
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria	Críticas los discursos de los demás		<b>¿Cómo?</b>	
				X	X		La memoria de África en América. ¿Cuál es la diferencia entre la diversidad y la culturalidad? - el experto critica a la constitución en tanto aborda el tema normativo de esta etnia con ligereza.	
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b>						
		Sí, toda vez que menciona el marco legal Ley 70 de comunidades negras y Constitución Política 1991 y, pide una reflexión al marco jurídico para que a partir de éste se reivindique la identidad de esta etnia.						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas	Relacionados con algún arte		<b>¿Cuál o cuáles?</b>	



<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.	<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).	<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir la cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.		
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.	<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.	<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural		
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.		

## Capítulo: cultura a las subregiones

							<b>*MRCI/PC: Atv2</b>	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 2 de enero de 2014.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Altair		<b>Nombre del podcast:</b> Cultura a las subregiones				<b>Programa:</b> A toda Voz		
<b>URL:</b> <a href="http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/113-cultura-a-las-subregiones">http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/113-cultura-a-las-subregiones</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
		Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b>
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	X	X	X	X	X		Es una plataforma limpia en su diseño. Todos los elementos están dispuestos para su fácil ubicación y recuperación. No se encuentra contenido del programa en cada una de estas herramientas.
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?						X	No tiene un contador de reproducciones. Aunque las personas pudieron escucharlo, no hicieron ningún tipo de comentario.
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b>
			X					Es la puesta en común de la programación cultural que realiza la Universidad de Antioquia en las diferentes subregiones de Antioquia.
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b>
							X	Circuitos culturales para la región y Antioquia a través de la entrevista al coordinador de Extensión cultural.
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X		X			Estudiantes	
<b>En cuanto al contenido</b>								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>						
		1. La creación de contenidos conserva una base que le resulta propia a su surgimiento al interior de una institución de orden académico, donde se destacan lo científico, cultural y social de la ciudad, la región y el país. 2. Lenguaje propio del entorno hipermedial en el que la creatividad de las narrativas pone en primer nivel las creaciones capaces de captar la atención del usuario por medio de lo textual, lo visual y lo sonoro, eso sí, desde las distintas interfaces que ahora facilitan el consumo de los contenidos y la interacción. 3. Visibilizar las relaciones con los usuarios de los medios de comunicación, donde es claro que su interés pasó de ser consumidores a convertirse en colaboradores de los espacio digitales, ciudadanos conectados con intereses particulares pero también con conocimientos y experiencias.						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b>
		X	X	X	X			1. Educación: lineamientos del plan de desarrollo 2006 - 2016 de la Universidad de Antioquia. 2. Cultura y arte: actividades que desde el 2010 se vienen realizando para visibilizar a la Universidad de Antioquia. Talleres, conversatorios, música, danza, teatro en dichas subregiones.

8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos	Compartir una memoria	Criticar los discursos de los demás	¿Cómo? Desde los participantes y creadores de las expresiones artísticas que se ponen en común en los circuitos. Y desde las actividades que hacen con la comunidad para la construcción de ese arte.
		X	X		
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	¿Cómo? Se da desde la realización de los circuitos culturales, cuya apuesta es acercarse a las personas para que sepan cómo se desarrollan cada una de estas expresiones artísticas, desde la educación en la realización del arte y, que disfruten de ella.			
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales	Costumbres y prácticas cotidianas	Relacionados con algún arte	¿Cuál o cuáles?
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).		<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.	
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.					
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.		<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.	
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural					
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.					

## Emisora UFPS de Ocaña

### Programa: Podcasting la UFM

### Capítulo: Culturas colombianas Nukak Makú

							*MRCI/PC: Ufm1	
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>								
<b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b>								
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.								
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.								
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.								
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 10 de enero de 2014.								
<b>Cuestionario</b>								
<b>Emisora:</b> Ufm de Ocaña		<b>Nombre del podcast:</b> Culturas Colombianas Nukak Makú			<b>Programa:</b> Podcasting la UFM			
<b>URL:</b> <a href="http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio_contenido">http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio_contenido</a>								
<b>En cuanto a la forma</b>								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> La cantidad de herramientas, la disposición que tienen en la plataforma y los colores que ésta maneja, son confusos para quien visita el sitio. Se generan ruido entre
		X	X	X	X	X		
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> La participación en las herramientas, están limitadas a una suscripción.
							X	
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b> Comienza con una introducción al tema y continúa con el dramatizado de un ancestro Nukak que le habla a su nieta.
					X			
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b> Es una historia que cuenta cómo a través del tiempo, la cultura Nukak Makú ha cambiado. Hacen especial énfasis en el manejo del tiempo y su recursos es el recuerdo.
		X						
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes	<b>Otros ¿Quiénes?</b>	
		X						

En cuanto al contenido							
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<p align="center"><b>Principios</b></p> 1. Actuamos y participamos de acuerdo con la misión y objetivos de la Universidad, enmarcados por la honestidad, lealtad, responsabilidad y compromiso institucional. 2. Respetamos a nuestros oyentes que son el activo más preciado que nos diferencia y otorga ventajas competitivas. 3. Nuestras acciones se orientan a cumplir y superar las expectativas del ser humano como símbolo al desarrollo social del país. 4. Contribuimos al desarrollo sostenible de oyentes en nuestras áreas de influencia radial. 5. Los integrantes de la UFM son una solución a sus preguntas. 6. Informamos con neutralidad en el conflicto entendiendo la paz como constructora del desarrollo. 7. Fomentar y fortalecer el sentido de pertenencia por nuestra institución fortaleciendo los lazos de amistad y armonía. 8. Permitir la participación a los diversos actores, promoviendo directamente espacio de participación ciudadana. 9. Derecho a la información. 10. Construcción de lo público. 11. Responsabilidad social.					
		Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	X			X	X	
		Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria	Criticar los discursos de los demás		<p align="center"><b>¿Cómo?</b></p> Haciendo una descripción de la cultura del Nukak, y su anhelo por retornar a la selva.
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...			X			<p align="center"><b>¿Cómo?</b></p> Si, por lo menos la comprensión de una cultura indígena de Colombia que ha sido golpeada por el avance social, tecnológico y el sincretismo.
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?			Costumbres y prácticas cotidianas	Relacionados con algún arte	<p align="center"><b>¿Cuál o cuáles?</b></p>	
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales					
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).		<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.			
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.							
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.		<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.			
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural							
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.							

## Capítulo: El biblioburro

		*MRCI/PC: Ufm2
<p align="center"><b>La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b></p>		
<p align="center"><b>Caracterizar los modelos de radio en internet que desarrollen contenidos culturales en Colombia.</b></p>		
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.		
<b>Indicador:</b> caracterización de modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales en Colombia.		
Este instrumento recolecta la información de las emisoras que se encuentren exclusivamente en internet. Emisoras clasificadas como comerciales y de interés público, incluyendo las universitarias que dispongan de podcast en sus plataformas (no serán comunitarias). El cuestionario se aplicará a dos podcast que pertenezcan a un programa de cada una de estas emisoras, programa que desarrolle contenidos que promuevan el interés del pueblo por su propia cultura.		
<b>Fecha en la que se realiza el rastreo:</b> 10 de enero de 2014.		
<p align="center"><b>Cuestionario</b></p>		
<b>Emisora:</b> UFPS de Ocaña	<b>Nombre del podcast:</b> El Biblioburro	<b>Programa:</b> Podcasting la UFM
<b>URL:</b> <a href="http://laufm.ufps.edu.co/index.php#inicio_contenido">http://laufm.ufps.edu.co/index.php#inicio_contenido</a>		

En cuanto a la forma								
1	¿Con qué herramientas cuenta la plataforma en la que se encuentra el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> La cantidad de herramientas, la disposición que tienen en la plataforma y los colores que ésta maneja, son confusos para quien visita el sitio. Se generan ruido entre sí.
2	¿Qué herramientas utilizan los oyentes para participar en el programa?	Chat	Video	Artículos	Galería	Redes sociales	Ninguna	<b>Descripción</b> La participación en las herramientas, están limitadas a una suscripción.
3	¿Cuál es el formato del programa?	Opinión	Informativo	Magazin	Dramatizado		Documental	<b>Descripción</b> Es la compilación de informes que se hicieron para medios internacionales, pero la emisora recuperó los audios para alojarlos como un podcast para su recuperación y escucha asincrónica.
4	¿Qué géneros utiliza el programa para desarrollar los contenidos?	Crónica	Reportaje	Noticia	Perfil	Informe	Entrevista	<b>Descripción</b> Como en los informes, la entrevista ayuda a corroborar la información que brinda quien hace la nota.
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora		Expertos temáticos		Oyentes		<b>Otros ¿Quiénes?</b>
En cuanto al contenido								
6	¿Cuáles son los principios en los que se fundamenta el programa para desarrollar sus contenidos?	<p align="center"><b>Principios</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actuamos y participamos de acuerdo con la misión y objetivos de la Universidad, enmarcados por la honestidad, lealtad, responsabilidad y compromiso institucional.</li> <li>2. Respetamos a nuestros oyentes que son el activo más preciado que nos diferencia y otorga ventajas competitivas.</li> <li>3. Nuestras acciones se orientan a cumplir y superar las expectativas del ser humano como símbolo al desarrollo social del país.</li> <li>4. Contribuimos al desarrollo sostenible de oyentes en nuestras áreas de influencia radial.</li> <li>5. Los integrantes de la U FM son una solución a sus preguntas.</li> <li>6. Informamos con neutralidad en el conflicto entendiendo la paz como constructora del desarrollo.</li> <li>7. Fomentar y fortalecer el sentido de pertenencia por nuestra institución fortaleciendo los lazos de amistad y armonía.</li> <li>8. Permitir la participación a los diversos actores, promoviendo directamente espacio de participación ciudadana.</li> <li>9. Derecho a la información.</li> <li>10. Construcción de lo público.</li> <li>11. Responsabilidad social.</li> <li>12. Atención a sectores en situación de vulnerabilidad.</li> </ol>						
7	¿Qué tipo de contenido es el que predomina en el programa?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política	<b>Descripción</b> 1. Cultura: porque rescata la labor de una persona que lleva los libros a lugares de difícil acceso. 2. Educación: porque le demuestra a los demás que se puede hacer algo para alfabetizar a personas en la ruralidad. 3. Sociedad: porque expone las problemáticas que tiene este país en sus zonas rurales.
8	Las temáticas abordadas por el programa aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria	Crítico los discursos de los demás			<b>¿Cómo?</b> En la medida en que divulga la solución de un ciudadano a la alfabetización de comunidades rurales.
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<p align="center"><b>¿Cómo?</b></p> Sí, en tanto expone las problemáticas: 1) de violencia que sufren las comunidades a las que llega el Biblioburro; 2) de accesibilidad al sistema educativo tradicional. 3) de las condiciones de pobreza que tienen algunas comunidades rurales.						
10	¿Como prosumidores, qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales		Costumbres y prácticas cotidianas	Relacionados con algún arte			<b>¿Cuál o cuáles?</b>
<b>Emisoras comerciales:</b> son aquellas cuya programación está orientada a satisfacer hábitos y gustos del oyente. Son con ánimo de lucro sin excluir los propósitos: educativo, recreativo, cultural, científico e informativo.		<b>Emisoras de interés público:</b> se orientan a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos, sin ánimo de lucro y de titularidad del Estado. Harán parte de este estudio: la radiodifusión Estatal y las emisoras de la fuerza pública (policía y ejército).			<b>Emisoras universitarias:</b> están enmarcadas en las emisoras de interés público y son aquellas que difunden programas de interés cultural sin ánimo de lucro. Su objetivo es difundir al cultura y la educación, estimular la investigación. Son dirigidas por instituciones de educación superior.			
<b>Promoción cultural:</b> es la metodología por medio de la cual se promueve el sentido de identidad y se fomenta la participación desde de la complejidad individual. Son sus características principales la autenticidad (reino moral, un interés específico en la particularidad y el contexto, de la mano, por ejemplo, del juicio y la expresión estéticos – Charles Taylor – 1996. (Thiebaut, 1998). En otras palabras, opiniones relacionadas con el tema planteado pero argumentadas con experiencias personales. La diversidad (es la que visibiliza otras problemáticas como la participación democrática y la convivencia, se reconoce por la Constitución en la pluralidad, multiculturalidad e interculturalidad que compone a Colombia). La memoria: elemento fundamental en el que se asienta la identidad colectiva.								
<b>Podcast:</b> es un audio que grabado y editado en un computador, se sube en internet para ser compartido, archivado y retomado en el momento que el usuario lo requiera.		<b>Formato:</b> es el conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación, en este caso, de radio. Plantea la forma en que se desarrollarán las temáticas y su propósito en dicha publicación.			<b>Principios:</b> son las reglas sobre las que se basan los contenidos publicables en un programa. Son adjudicados por la emisora, sin embargo, algunos programas los desarrollan en la medida en que son importantes porque dicen lo que se puede y no se puede emitir.			
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Promoción Cultural								
<b>Nota:</b> las clasificaciones de las emisoras fueron tomadas de la Resolución 415 de 2010 por la cual se expide el reglamento del servicio de Radiodifusión Sonora para la radio análoga.								

## Anexo 6

## Aplicación de la ficha de contenido #2

## Emisora Acústica

## Programa: Hilos de Historia

## Capítulo: María Cano

				*MRCI/FC: Hh1
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>				
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.</b>				
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.				
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.				
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.				
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b> 11/03/2014				
<b>Emisora:</b> Acústica		<b>Programa:</b> Hilos de Historia		<b>Nombre del podcast:</b> María Cano
<b>URL:</b> <a href="http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx">http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx</a>				
<b>Cuestionario</b>				
1	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	Es la opinión de quienes locutan el programa, quienes leen y aprehenden la información que comparten.
2	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No se registran argumentaciones a través de este mecanismo.
3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No se presenta la confrontación de opiniones diversas. No se da la oportunidad de analizar la acendrada tolerancia.
4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No usan los mecanismos de participación.
5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos raciales	Derechos políticos	Derechos culturales y sociales
		NA	NA	NA
6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		NA		
7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Concenso	Diálogo	Movilización
		X	X	NA
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		"Eso es lo que más me gusta de ella, a las mujeres nadie las defendía. Mira esto lo que nos muestra, que también fue una feminista a principios del siglo XX"		
9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	Cuando expresan opiniones, estas son referidas a la vida de María Cano y su obra.
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	Las opiniones no, pero el tema deja ver su relación con sucesos trascendentales del país.
11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No son experiencias propias o costumbres heredadas. Son opiniones a priori acerca del tema que están tratando.
<b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.		<b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).		<b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.

<p><b>Autonomía:</b> capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su acción, relacionarse con una posición propia, hacerse responsable de sus decisiones. Supone capacidad crítica y reflexiva, capacidad de auto representación y autorregulación - (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020). La única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.</p>	<p><b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).</p>	<p><b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la cultura.</p>
<p><b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.</p>	<p><b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades - (Thiebaut, 1998)</p>	<p><b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos”</p>
<p>* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana</p>		

## Emisora Señal Radio Colombia

### Programa: En Órbita

### Capítulo: Yo me llamo cumbia

				*MRCI/FC: Or2		
<b>La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>						
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.</b>						
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.						
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.						
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.						
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b> 15/03/2014						
<b>Emisora:</b> Señal Radio Colombia		<b>Programa:</b> En Órbita		<b>Nombre del podcast:</b> Yo me llamo cumbia		
<b>URL:</b> <a href="http://www.enorbita.tv/cumbia">http://www.enorbita.tv/cumbia</a>						
<b>Cuestionario</b>						
1	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>		
			X	No se evidencia la participación de oyentes.		
2	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>		
			X	NA		
3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>		
			X	NA		
4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>		
			X	NA		
5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos raciales		Derechos políticos		Derechos culturales y sociales
		NA		NA		NA

6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		NA		
7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Concenso	Diálogo	Movilización
		NA	NA	NA
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		NA		
9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	Aunque no se evidencia opiniones, la temática trabajada si permite visualizar la sociedad plural colombiana.
11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA
<b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.		<b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).		<b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.
<b>Autonomía:</b> capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su acción, relacionarse con una posición propia, hacerse responsable de sus decisiones. Supone capacidad crítica y reflexiva, capacidad de auto representación y autorregulación - (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020). La única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.		<b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).		<b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la cultura.
<b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.		<b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades - (Thiebaut, 1998)		<b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos”
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana				

## Emisora Uniminuto Bogotá

## Programa: Colombianidades

## Capítulo: La costa atlántica

				*MRCI/FC: Col1
<b>La Peña Cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>				
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.</b>				
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.				
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.				
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.				
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b> 18/03/2014				
<b>Emisora:</b> Uniminuto Bogotá		<b>Programa:</b> Colombianidades		<b>Nombre del podcast:</b> La Costa Atlántica
<b>URL:</b> http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p_p_id=110_INSTANCE_abhrHlklfbh6&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=2&p_p_col_count=3&_110_INSTANCE_abhrHlklfbh6_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&_110_INSTANCE_abhrHlklfbh6_redirect=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%3Fp_p_id%3D110_INSTANCE_abhrHlklfbh6%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_pos%3D2%26p_p_col_count%3D3&_110_INSTANCE_abhrHlklfbh6_fileEntryId=1000003827041				
<b>Cuestionario</b>				
1	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No se evidencia la participación de oyentes. Las opiniones que se pueden identificar son las de las estudiantes que locutan el programa.
2	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA
3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA
4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA
5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos raciales	Derechos políticos	Derechos culturales y sociales
		NA	NA	NA
6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		NA		
7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Concenso	Diálogo	Movilización
		X	X	X
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		"Resaltando su información Mafe, hacemos la invitación para que comiencen a cuidar las playas. Por ejemplo cuando yo fui a Cartagena fue en temporada alta y la verdad daba tristeza encontrar toda la basura que dejaban botada en las playas. Tu ibas al mar y te encontrabas con latas de cerveza, entonces la invitación es para que cuiden las playas, cuiden ese patrimonio marítimo tan grande que tiene Colombia y para que podamos ir en cualquier época y lo encontremos limpio."		
9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No se identifican opiniones de oyentes.
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA
11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA



<b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.	<b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).	<b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.
<b>Autonomía:</b> capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su acción, relacionarse con una posición propia, hacerse responsable de sus decisiones. Supone capacidad crítica y reflexiva, capacidad de auto representación y autorregulación - (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020). La única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.	<b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).	<b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la cultura.
<b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.	<b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades -	<b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos”
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana		

## Emisora Cámara de Comercio – Museo de Antioquia

### Programa: El Citófono

### Capítulo: última emisión 2013

				*MRCI/FC: C1
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>				
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.</b>				
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.				
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.				
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.				
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b> 20/03/2014				
<b>Emisora:</b> Cámara de Comercio		<b>Programa:</b> El Citófono nos cuenta		<b>Nombre del podcast:</b> El Citófono, última emisión 2013
<b>URL:</b> <a href="https://www.museodeantioquia.co/citofono/1-de-diciembre/#prettyPhoto">https://www.museodeantioquia.co/citofono/1-de-diciembre/#prettyPhoto</a>				
<b>Cuestionario</b>				
1	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No	¿Cómo?
			X	La opinión encontrada es la de algunos invitados al programa.
2	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No	¿Cómo?
			X	NA

3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos raciales		Derechos políticos	Derechos culturales y sociales
		NA		NA	X
6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>			
		"El festival de cine de Santa Fé de Antioquia del 2013 con el tema de la mujer detrás de la cámara en América Latina (...) Más allá de cualquier discusión, el hecho es mostrar películas hechas por mujeres. El cine hecho por mujeres es una propuesta distinta y son artistas que más allá de ser mujeres, son artistas y cineastas también."			
7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Consenso		Diálogo	Movilización
		NA		X	NA
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>			
		"En mi tierra se tenía que estar feliz moliendo, tiene que hacer con suavena y con honor. Nos castigaban sino era así, porque la pereza no podía ser, porque las mujeres teníamos que trabajar mucho para poder sobrevivir." (explicación de cómo se hace la comida chocona)			
9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
<b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.		<b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).		<b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.	
<b>Autonomía:</b> capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su acción, relacionarse con una posición propia, hacerse responsable de sus decisiones. Supone capacidad crítica y reflexiva, capacidad de auto representación y autorregulación - (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020). La única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.		<b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).		<b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la cultura.	
<b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.		<b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades - (Thiebaut, 1998)		<b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos"	
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana					

## Emisora UN Radio

## Programa: Museos en vivo

## Capítulo: Flora+ars+natura

				*MRCI/FC: Mv1
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>				
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.</b>				
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.				
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.				
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.				
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b> 26/03/2014				
<b>Emisora:</b> UN Radio		<b>Programa:</b> Museos en vivo		<b>Nombre del podcast:</b> Flora+ars+natura
<b>URL:</b> <a href="http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html">http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html</a>				
<b>Cuestionario</b>				
1	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No se visualiza participación de oyentes.
2	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	Sin embargo, la página permite que sea compartido y embebido. Hace uso del hipertexto para que los usuarios puedan ponerlo en otros espacios.
3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No se visualiza participación de oyentes.
4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	No se visualiza participación de oyentes.
5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos raciales	Derechos políticos	Derechos culturales y sociales
		NA	NA	NA
6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		"Flora+ars+natura tiene un perfil ambiental y ecológico. Busca la reflexión entre lo que hace el curador, desde el arte contemporáneo y que otros artistas tengan la oportunidad de reflexionar sobre este tema y desde mi punto de vista desde lo ambientalista y una reflexión más hacia la justicia ecológica que requiere el mundo en general.		
7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Concenso	Diálogo	Movilización
		NA	NA	NA
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		No se visualiza participación de oyentes.		
9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA
11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos?	Sí	No	<b>¿Cómo?</b>
			X	NA

<b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.	<b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).	<b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.
<b>Autonomía:</b> capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su acción, relacionarse con una posición propia, hacerse responsable de sus decisiones. Supone capacidad crítica y reflexiva, capacidad de auto representación y autorregulación - (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020). La única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.	<b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).	<b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la cultura.
<b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.	<b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades - (Thiebaut, 1998)	<b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos”
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana		

## Emisora Altaír

**Programa:** A toda voz

**Capítulo:** Afrocolombianidad

			*MRCI/FC: Atv1
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>			
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.</b>			
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.			
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.			
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.			
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b> 30/03/2014			
<b>Emisora:</b> Altaír		<b>Programa:</b> A toda voz	<b>Nombre del podcast:</b> Afrocolombianidad
<b>URL:</b> <a href="http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/382-afro">http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/382-afro</a>			
<b>Cuestionario</b>			
1	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No
			X
		¿Cómo?	
		No se evidencia participación de oyentes.	
2	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No
			X
		¿Cómo?	
		NA	

3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos raciales	Derechos políticos	Derechos culturales y sociales	
		X	X	X	
6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>			
		"Se ha tratado de asignar a los africanos unos valores en el marco de sus expresiones culturales y se ha tratado de mostrar que eso es una característica única de ellos. Es un esquema muy peligroso y el gobierno lo usa para caricaturizarlo y estereotiparlo." - la reafirmación de la diversidad para la exclusión.			
7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Concenso	Diálogo	Movilización	
		NA	NA	NA	
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>			
		NA			
9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos?	Sí	No	¿Cómo?	
			X	NA	
<b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.		<b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).		<b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.	
<b>Autonomía:</b> capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su acción, relacionarse con una posición propia, hacerse responsable de sus decisiones. Supone capacidad crítica y reflexiva, capacidad de auto representación y autorregulación - (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020). La única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.		<b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).		<b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la cultura.	
<b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.		<b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades -		<b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos”	
* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana					

## Emisora UFPS de Ocaña

## Programa: Podcasting la UFM

## Capítulo: culturas colombianas Nukak Makú

				*MRCI/FC: Ufm1
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>				
<b>Verificar si los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.</b>				
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.				
<b>Indicador:</b> verificación de los modelos de radio en internet que desarrollan contenidos culturales que contribuyen a la formación de ciudadanía reflexiva.				
Este instrumento verifica si los modelos de radio en internet categorizados como aquellos que desarrollan contenidos culturales, contribuyen a la formación de ciudadanía. Para ello, tomará del marco conceptual de ciudadanía, algunos preceptos que algunos teóricos de la posmodernidad han establecido para ser un sujeto reflexivo y analizará un podcast por programa categorizado en el instrumento anterior.				
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b> 04/04/2014				
<b>Emisora:</b> UFPS de Ocaña		<b>Programa:</b> Podcasting la UFM		<b>Nombre del podcast:</b> Culturas Colombianas Nukak Makú
<b>URL:</b> <a href="http://laufm.ufps.edu.co/index.php#inicio_contenido">http://laufm.ufps.edu.co/index.php#inicio_contenido</a>				
<b>Cuestionario</b>				
1	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No	¿Cómo?
			X	NA
2	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No	¿Cómo?
			X	NA
3	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No	¿Cómo?
			X	NA
4	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No	¿Cómo?
			X	NA
5	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos raciales	Derechos políticos	Derechos culturales y sociales
		NA	NA	NA
6	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo es la defensa de esos derechos?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		NA		
7	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Consenso	Diálogo	Movilización
		NA	NA	NA
8	De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cómo se permiten y visualizan?	<b>Ejemplo de opinión expresada</b>		
		NA		
9	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No	¿Cómo?
			X	NA
10	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No	¿Cómo?
			X	NA
11	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos autónomos?	Sí	No	¿Cómo?
			X	NA
<b>Derechos políticos y raciales:</b> también llamados derechos de primera generación civiles o políticos, citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). Buscan proteger al ser humano individualmente, contra cualquier agresión de algún órgano público.		<b>Acendrada Tolerancia:</b> solo nos requiere que pensemos que (...) algo puede ser aprendido en el diálogo y en la interacción misma – (Thiebaut, 1998).		<b>Hipertexto:</b> García González, 2010, rescata las características de este tipo de texto en internet que debido a su estructura no secuencial, permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.

<p><b>Autonomía:</b> capacidad de los sujetos de elegir y direccionar conscientemente su acción, relacionarse con una posición propia, hacerse responsable de sus decisiones. Supone capacidad crítica y reflexiva, capacidad de auto representación y autorregulación - (Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020). La única unidad destacable en la participación bajo el sistema democrático es la autonomía, porque ya lo advertía (Zapata Barrero, 2001) es la que permite a las personas aunque ciudadanas ser diferentes.</p>	<p><b>Sujeto Liberal:</b> alguien que se piensa a sí mismo en función de que es capaz de pensar desde la perspectiva del otro diferente poniéndose en su lugar. – (Thiebaut, 1998).</p>	<p><b>Derechos sociales y culturales:</b> son los de Segunda Generación o Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Fueron citados por (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008) y tienen como objetivo garantizar el bienestar económico, el acceso al trabajo, la educación y a la cultura.</p>
<p><b>Capacidad Reflexiva:</b> supone que la gente ejerza su capacidad reflexiva y exprese sus ideales e intereses, organizándolos, articulándolos y negociándolos a nivel social (Leal González, Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía, 2008). en palabras de thiebaut, la capacidad de todo ciudadano para pertenecer y sostener, aunque sea de manera crítica, sus creencias, normas y procedimientos y es también modificarlas, alterarlas.</p>	<p><b>Sujeto Reflexivo:</b> capaz de operar con diversidad de lógicas en distintos sistemas de acción; su concepción de lo público ha de estar marcada por una acendrada tolerancia; ha de adoptar una actitud reflexiva con respecto a lo que cree como condición para asumir sus responsabilidades - (Thiebaut, 1998)</p>	<p><b>Identidad Colectiva:</b> solo pueden mantenerse aquellas tradiciones y formas de vida que vinculen a sus miembros a ellas, aunque se sometan a su escrutinio crítico y dejen a las generaciones futuras la opción de aprender de otras tradiciones o de convertirse a otra cultura y de zarpar hacia otros puertos”</p>
<p>* Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Formación Ciudadana</p>		

## Anexo 7

## Aplicación de la ficha de contenido #3

							*MRCI/CM: MT-LPC-RCI
<b>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet</b>							
<b>Definir los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía</b>							
<b>Instrumento:</b> observación participante estructurada. Ficha de contenido.							
<b>Indicador:</b> definición de los componentes para un modelo de radio en internet que desde la promoción cultural, contribuya a la formación de ciudadanía reflexiva.							
Este instrumento compara los modelos categorizados y verificados con anterioridad, para definir los componentes de "La Peña Cultural": radio ciudadana en internet. Para ello rescatará aquellos elementos que en una y otra ficha se hacen repetitivos en las radios categorizadas, para concluir en los que desarrollan contenidos culturales y forman ciudadanía exitosamente.							
<b>Fecha en la que se aplica el instrumento:</b> 28/04/2014							
<b>Muestra total:</b>							
*Siete (7) emisoras: Acústica, Señal Radio Colombia, Uniminuto Bogotá, Cámara de Comercio-Museo de Antioquia, UN Radio-Universidad Nacional, Altair-Universidad de Antioquia, UFM de Ocaña-Universidad Francisco de Paula Santander en Ocaña.							
*Siete (7) programas: Hilos de Historia, En Órbita, Colombianidades, El Citófono, Museos en Vivo, A toda voz y podcasting de la UFM.							
*Catorce (14) podcast: María Cano; Porfirio Barba Jacob; Entre ruinas y arte, nace Odeón; Yo me llamo cumbia; La Costa Atlántica; El Casanare; El Citófono, última emisión 2013; El Citófono, 17 de noviembre 2013; Flora+ars+natura; Memoria viva del hospital San Juan de Dios; Afrocolombianidad; Cultura a las subregiones; Culturas Colombianas Nukak Makú; El Biblioburro.							
<b>URL relacionadas:</b>							
1. <a href="http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx">http://acustica.eafit.edu.co/programas/hilos-historia/emisiones/Paginas/hilos-de-historia-temporada3.aspx</a>							
2. <a href="http://www.enorbita.tv/odeon">http://www.enorbita.tv/odeon</a>							
3. <a href="http://www.enorbita.tv/cumbia">http://www.enorbita.tv/cumbia</a>							
4. <a href="http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p_p_id=110_INSTANCE_abhrHiklfbh6&amp;p_p_lifecycle=0&amp;p_p_state=normal&amp;p_p_mode=view&amp;p_p_col_id=column-2&amp;p_p_col_pos=2&amp;p_p_col_count=3&amp;_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&amp;_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_redirect=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%3Fp_p_id%3D110_INSTANCE_abhrHiklfbh6%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_pos%3D2%26p_p_col_count%3D3&amp;_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_fileEntryId=100003827041">http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p_p_id=110_INSTANCE_abhrHiklfbh6&amp;p_p_lifecycle=0&amp;p_p_state=normal&amp;p_p_mode=view&amp;p_p_col_id=column-2&amp;p_p_col_pos=2&amp;p_p_col_count=3&amp;_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_struts_action=%2Fdocument_library_display%2Fview_file_entry&amp;_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_redirect=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%3Fp_p_id%3D110_INSTANCE_abhrHiklfbh6%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_pos%3D2%26p_p_col_count%3D3&amp;_110_INSTANCE_abhrHiklfbh6_fileEntryId=100003827041</a>							
5. <a href="https://www.museodeantioquia.co/citofono/1-de-diciembre/#prettyPhoto">https://www.museodeantioquia.co/citofono/1-de-diciembre/#prettyPhoto</a>							
6. <a href="https://www.museodeantioquia.co/citofono/17-de-noviembre/">https://www.museodeantioquia.co/citofono/17-de-noviembre/</a>							
7. <a href="http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html">http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html</a>							
8. <a href="http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/382-afro">http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/382-afro</a>							
9. <a href="http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/113-cultura-a-las-subregiones">http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/113-cultura-a-las-subregiones</a>							
10. <a href="http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio_contenido">http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio_contenido</a>							
<b>En cuanto a la forma</b>							
1	¿Qué herramientas son recurrentes en las plataformas en las que se alojan las emisoras?	Chat 72%	Video 43%	Artículos 72%	Galería 86%	Redes sociales 100%	Ninguna 0%
2	¿Cuál es la herramienta de mayor utilización por parte de los oyentes?	Chat 0%	Video 0%	Artículos 0%	Galería 0%	Redes sociales 14%	Ninguna 86%
3	¿Cuál es el formato de programa más utilizado?	Opinión 7%	Informativo 36%	Magazin 43%	Dramatizado 7%		Documental 7%
4	¿Qué géneros se usan con mayor frecuencia para desarrollar los contenidos?	Crónica 22%	Reportaje 0%	Noticia 0%	Perfil 36%	Informe 29%	Entrevista 64%
5	¿Quiénes producen los contenidos del programa?	Staff de la emisora 100%		Expertos temáticos 57%	Oyentes 0%	Estudiantes 72%	



En cuanto al contenido							
6	¿Cuáles son los principios en los que la mayoría de los programas se fundamentan para desarrollar sus contenidos?	<b>Principios</b>					
		<p>1. Tratar a todas las personas y oyentes con respeto y cortesía.</p> <p>2. La universalidad: tener como propósito llegar a las comunidades de todo género que conforman la sociedad.</p> <p>3. Reconocer y respetar los derechos fundamentales del ser humano. Especialmente, el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que establece la libertad de expresión y opinión.</p> <p>4. Respetar la honra, la intimidad y el buen nombre.</p> <p>5. Velar para que los contenidos de los programas no sean racistas ni utilicen lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con raza o grupo étnico alguno.</p> <p>6. Cuidar el uso del lenguaje y el humor por parte de redactores, productores y locutores. No utilizar lenguaje despectivo o sarcástico en relación con la mujer ni con personas de la orientación sexual o política que fuere.</p> <p>7. Dar la debida importancia a los mensajes que reconozcan la diversidad en todas sus formas: cultural, sexual, racial, política u otra. Promover espacios de participación que muestren la diferencia como algo positivo.</p> <p>8. Dar participación a las personas, sin discriminación o prejuicio de ningún tipo.</p> <p>9. Evitar los juicios moralistas por parte de presentadores, locutores o periodistas que refuercen los prejuicios sociales.</p> <p>10. Velar para que la programación de las emisoras no emplee lenguaje, ni incluya o difunda material considerado pornográfico u obsceno.</p> <p>11. Consultar varias fuentes y establecer su idoneidad, con el propósito de lograr información objetiva.</p> <p>12. Tomar posición en casos de discriminación, violación, injusticia o violencia de cualquier tipo.</p> <p>13. No promover ni incentivar la violencia bajo ninguna de sus formas.</p>					
7	¿Qué tipo de contenidos predominan en los programas?	Cultura	Entretenimiento	Educación	Arte	Sociedad	Política
		100%	25%	43%	57%	86%	36%
8	Las temáticas abordadas por los programas aportan a...	Poner en común diversidad de discursos		Compartir una memoria	Criticar los discursos de los demás		
		64%		72%	7%		
9	¿Las temáticas abordadas permiten a los oyentes desarrollar una comprensión de su país?	<b>¿Cómo?</b>					
		<p>Hay que tener en cuenta que la diversidad de discursos puestos en común, es la diversidad de los expertos, el staff y los estudiantes que produjeron los programas, no la de los oyentes. De igual manera, la memoria compartida, es una memoria seleccionada, elegida y priorizada por los mismos productores. Con esto se pone en evidencia que en la producción continúa preponderando el hecho de poseer los medios y recursos, además de la formación (empírica o académica) en este caso, de los que producen y que, mientras no se permita un ejercicio de participación en el diseño y divulgación, la información que se exponga, en su mayor parte, continuará respondiendo a las necesidades de quienes se dan a la tarea de buscarla y a la visión que quede de su interpretación.</p> <p>La memoria y la autenticidad individuales darían cuenta de la diversidad de los sujetos en Colombia y estos elementos puestos en diálogo en la plataforma, reivindicarían la autonomía de un ciudadano reflexivo en el marco de la acendrada tolerancia.</p>					
10	Como prosumidores, ¿qué tipo de contenidos aportan los oyentes con su participación en el programa?	Experiencias personales	Costumbres y prácticas	Relacionados con algún arte			
		0%	0%	0%			
<p><b>Nota:</b> En la producción de los catorce (14) podcast que componen esta muestra, no se evidencia la participación de un prosumidor oyente, es decir que las siete (7) emisoras caracterizadas publican contenidos que si bien buscan responder a los formatos de orden informativo, en ocasiones, de opinión, es la opinión de expertos invitados o de los locutores. Esta situación genera otras interrogantes ¿Estos formatos y contenidos sí permiten la adhesión reflexiva del ciudadano a su cultura? O son éstos, ¿Sujetos pasivos de una información que les es compartida? ¿Se le consulta al ciudadano para conocer sus necesidades de información? ¿Pueden ellos participar en la construcción de los contenidos?</p> <p>De otro lado, de los prosumidores identificados, en su mayoría estudiantes de las Universidades o invitados no expertos, dos (2) cuentan experiencias personales, uno (1) realiza un aporte relacionado con el arte, tres (3) combinan experiencias personales y relacionadas con algún arte y por último, uno (1) de ellos combina experiencia personal y costumbre de su etnia.</p>							

En cuanto a la formación de ciudadanía			
11	¿Las opiniones de los oyentes indican su adhesión reflexiva a una identidad colectiva?	Sí	No
		0%	100%
12	¿Los oyentes que participan, hacen uso del hipertexto para argumentar sus opiniones?	Sí	No
		0%	100%
13	¿Los oyentes ejercen una participación marcada por una acendrada tolerancia hacia las opiniones de los demás?	Sí	No
		0%	100%
14	¿Ejercen los oyentes su capacidad reflexiva a través de los mecanismos de participación que posee la emisora?	Sí	No
		0%	100%
15	Las opiniones de los oyentes apuntan a la defensa y promoción de:	Derechos sociales	Derechos políticos
		0%	0%
Derechos culturales y raciales 0%			
Nota: es necesario aclarar que realmente no se tomó una muestra de opiniones de oyentes en los otros instrumentos, puesto que, como ya se ha mencionado, ellos no han ejercido participación en la plataforma. Se revisaron algunas de las opiniones encontradas, especialmente las de realizadores, productores e invitados de los programas, cuyas expresiones permiten visualizar, por medio del tratamiento del tema, la promoción de derechos políticos, raciales, sociales y culturales.			
16	En las opiniones expresadas se permiten y visualizan:	Consenso	Diálogo
		0%	0%
Movilización 0%			
Nota: nuevamente se tomaron como referencia las opiniones de los productores, realizadores e invitados de los programas, porque los oyentes no dejaron evidencia de participación en las plataformas de los programas y, tampoco manifestaron sus opiniones al aire, es decir, no quedaron expuestas en los audios de tales programas.			
17	¿Las opiniones de los oyentes giran en torno a las temáticas planteadas por el programa?	Sí	No
		0%	100%
18	¿Las opiniones de los oyentes permiten visualizar la sociedad plural a la que pertenecen?	Sí	No
		0%	100%
19	¿Las opiniones que ejercen los oyentes se fundamentan en discursos auténticos?	Sí	No
		0%	100%
*	Consecutivo - siglas para: Modelo de Radio Ciudadana en Internet/Componentes del Modelo		

**Bibliografía referenciada**

Alcántara, José. La Sociedad de Control. Privacidad, propiedad intelectual y el futuro de la libertad. El cobre ediciones. Barcelona, España; 2008. ISBN: 978-84-96501-43-0.

Barrios, A. (2011). De la Onda a la Web. Paralelo entre la radio convencional y la radio virtual. Bogotá: Fundación Universitaria de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Beltrán Salmón, L. R. (2005). La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo. III Congreso Panamericano de la Comunicación (pág. 21). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Bernal Alarcón, H. (2012). Biblioteca Luis Ángel Arango. Retrieved 03 07, 2013, from Banrepcultural: <http://www.banrepcultural.org/radio-sutatenza/textos/radio-sutatenza-un-modelo-colombiano-de-industria-cultural-y-educativa>.

Bunge, Mario. Buscar la filosofía en las Ciencias Sociales; 1999. México: Siglo XXI. 277-289.

Castaño, A. (2000). La H.J.C.K. 50 años: 1950 - 2000 (Vol. 1). Bogotá: HJCK. Colombia, M. d. (2006, Enero 13). PNUD. Retrieved Abril 8, 2013, from [www.pnud.org.co](http://www.pnud.org.co): <http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=g-j030501--&x=18604#.UVjCqBdLM2s>.

Colombia. M.d. (2008, 04 07). [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co). Retrieved 03 13, 2013, from [www.mincultura.gov.co](http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=6123): <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=6123>

Cuevas López, M. J. (2006). Podcast, ¿la nueva radio a mi medida? Universidad de los Andes. Bogotá: Seminario de nuevas tendencias.

- Focault citado por Gómez Ricardo, A. C. (2012). Poder, dominación y resistencia. Exposición Maestría en Comunicación, Universidad de Medellín, Medellín.
- Galeano, María Eumelia. (2011). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa (Sexto ed.). (F. E. EAFIT, Ed.) Medellín: Universidad EAFIT.
- García Canclini, N. (2002). Pensar en medio de la tormenta. In M. d. Colombia, Imaginarios de nación pensar en medio de la tormenta. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.
- García González, Aurora. Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales. Revista Icono14 [en línea] 15 de Enero de 2010, N° 15. pp. 133-146. Recuperado el 16 de noviembre de 2011, de <http://www.icono14.net>.
- Goode, Luke. Cultural citizenship online: the Internet and digital culture. Routledge Taylor & Francis. Oct 2010. Vol., 14. Artículo, 5. P 527- 542, 16 p. ISSN: 13621025.
- Grocio citado por Valencia, A. (2012). Estado y Nación. Medellín: Maestría en Comunicación.
- Ivic, Sanja. The Postmodern Liberal Concept of Citizenship. Probing the Boundaries; 2011, Vol. 64, p3-18, 16p. ISSN: 1570-7113.
- Leal González, N. (2008, Enero - Julio). Participación ciudadana y la construcción de ciudadanía. Cuestiones políticas, 24.
- Ley 23 de 1982. Colombia.
- Martin Barbero, Jesús. (1987). De los Medios a las Mediaciones. Barcelona, ED. Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (2002). Colombia: Ausencia de relato y desubicaciones de lo nacional. In M. d. Colombia, Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia. ISBN 8159 – 09 – 1.

Monsiváis, C. (2002). De la sociedad tradicional a la sociedad pos tradicional. In M. d. Colombia, Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.

Ortiz, R. (1998). Otro Territorio. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Ortiz, R. (2003). Globalización y esfera pública: entre lo nacional y lo trasnacional. In J. M. Pereira González (Ed.), Comunicación, cultura y globalización: memorias / Cátedra Unesco de Comunicación (p. 2285). Bogotá: CEJA.

Ortiz, R. (2003). Revisitando la noción de imperialismo cultural. In J. Pereira, & M. Villadiego (Ed.), Comunicación, cultura y globalización: memorias / Cátedra Unesco de Comunicación (p. 285). Bogotá: CEJA.

Pineda Pablos, N. (1999). Tres conceptos de ciudadanía para el desarrollo en México. Ciudad de México.

Plan de Desarrollo Cultural de Medellín de 1990. Sanción del Acuerdo N°41 de 1990. Alcalde Omar Flórez Vélez, 17 de septiembre de 1990.

Plan de Desarrollo Cultural de Medellín 2011 – 2020. Secretaría de Cultura Ciudadana, Alcaldía de Medellín.

Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 – “Hacia una ciudadanía cultural democrática, Bogotá, 2001. Ministerio de Cultura.

Portillo, M. (2004, Octubre). El papel de los nuevos medios en relación con las formas emergentes de participación ciudadana. Nómadas (21).

Rebollo Izquierdo, Ó. (2007, Enero - Julio). La ciudad educadora y la participación ciudadana. Ánfora, 14.

Resolución 415 de 2010. Servicio de Radiodifusión en Colombia.

Rincón, O. (2003). No hay globalidad que valga sin localidad que sirva. In J. Pereira, & M. Villadiego (Ed.), *Comunicación, cultura y globalización: memorias / Cátedra Unesco de Comunicación* (p. 285). Bogotá: CEJA.

Ritzer, George. *Teoría sociológica moderna*; 2002. Quinta edición. ISBN: 84-481-3224-6.

Rodríguez Barba, Fabiola. The importance of the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions adopted by UNESCO and its impact on Mexican cultural policies. *CONfines*. Enero -mayo 2009, Vol. 5. Artículo 9, p23-37, 15p. ISSN: 18703569.

Rodríguez, César. La radiodifusión internacional ante la convergencia digital. *Futuros, realidades e imaginaciones*. *Signo y Pensamiento* 54. Pág. 377 – 380. Enero – Junio, 2009.

Rodríguez citado por Navarro, D. (2011). Transformando el espacio público. El trabajo de una radio local religiosa en una comunidad urbana marginal. En U. d. Norte, *Trazos de una otra comunciación en América Latina* (pág. 99). Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.

Sánchez, Carlos. *Participación Ciudadana en Colombia*. Biblioteca Jurídica. 1994. Pág. 224. ISBN: 958 – 9276 – 84 – 9.

Schramm, W. (1969). *El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo*. 3. Buenos Aires.

Sierra Gutiérrez, L. (2003). Globalización, multiculturalismo y comunicación. In J. M. Pereira González (Ed.), *Comunicación, cultura y globalización: memorias / Cátedra Unesco de Comunicación* (p. 2285). Bogotá: CEJA.

Thiebaut, C. (1998). Vindicación del ciudadano: un sujeto reflexivo en una sociedad compleja (Primera ed.). Barcelona: Paidós.

Uribe de Hincapié, M. T. (Junio 2001). Nación, ciudadano y soberano. Medellín: Corporación Región.

Valderrama, Carlos. Medios de comunicación y globalización: tensiones de la política, las identidades y la educación. *Nómadas* 21. Pág. 14 – 21. Octubre, 2004. ISSN: 0121 – 7550.

Valencia Nieto, D. G. (2003). Nuevas y viejas formas de lo público en tiempos de globalización. In J. Pereira, & M. Villadiego (Ed.), *Comunicación, cultura y globalización: memorias / Cátedra Unesco de Comunicación* (p. 285). Bogotá: CEJA.

Velasco y Díaz de Rada. (1997). *La lógica de la investigación etnográfica. Un modelo de trabajo para etnógrafos de la escuela*. Madrid: Ed. Trotta.

Velásquez Carrillo, F. E. (2003, Diciembre). La participación ciudadana en Colombia: ¿en qué estamos? ¿Para dónde vamos? *Tendencias y Retos*, 8.

Zapata Barrero, R. (2001). *Ciudadanía, democracia y pluralismo cultural: Hacia un nuevo contrato social*. Barcelona: Anthropos.

Zuleta Velásquez, E. (1980). Democracia y Participación en Colombia. *Foro* (4), 103 - 107.

### **Bibliografía sin referenciar**

Boomkens, René. Cultural citizenship and real politics: the Dutch case. Jun 2010, Vol. 14 Issue 3, p 307-316, 10p. ISSN: 13621025.

Cebrian Herreros, Mariano. *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones: del dialogo y participación a la interactividad*. 317 p. ISBN 9788470742279.

Chaparro Escudero, Manuel. Comunicación y empoderamiento ciudadano en Andalucía: Radios públicas, locales, participativas y ciudadanas. Chasqui (13901079); dic 2009, Artículo 108, p 24-27, 4p.

De Ramos, Iris Prieto; Rincón, Esther Durante. The Evolution of Radio and the Techno-Social-Cultural Implications for the Audience: from Listener to User in Message Reception. Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología; abr-jun 2007, Vol. 16 Issue 2, p 313-329, 17p. ISSN: 13150006.

Girard, Bruce. La radiodifusión e Internet para el desarrollo y la democracia. Comunicación; Estudios Venezolanos de Comunicación (Caracas).No. 115, Jul.-Sep. 2001. p. 18-21.

Ka Kuen, Dennis Leung. Internet radio and radical democratic citizenship: an experience of Hong Kong. ICA 2008 – Montreal.

Köksalan, Mustafa; Guney, Hamdi Serhat; Rizvanoglu, Kerem. Journal of Intercultural Communication; 2010, Issue 22, p8-8, 1p, 1 Black and White Photograph, 1 Diagram, 2 Charts. ISSN: 1404-1634.

López Vigil, José Ignacio; Arriola Iglesias, Tachi. El reto digital para las radios públicas y ciudadanas. Chasqui (13901079); septiembre 2010, Artículo 111, p61-69, 7p.

Mcewan, Rufus. Communication Journal of New Zealand; Julio 2010, Vol. 11. Issue 1, p6-23, 18p. ISSN: 1175-4486.

Moreno, Elsa. Las “radios” y los modelos de programación radiofónica. Comunicación Y Sociedad. Vol. XVIII. Núm. 1. 2005.

Rodríguez Charry, César Augusto. La Radiodifusión internacional ante la convergencia digital. Futuros, realidades e imaginaciones Signo y Pensamiento; 1/1/2009, Vol. 28. Artículo 54. P 377-380, 4p, 1 ISSN: 01204823.



Zapata Duque, Jorge Fernando. Hipermedia una explosión. Tesis de Grado.

White, Jonathan. The politics of other citizens. Aug2010, Vol. 14 Issue 4, p411-427, 17p, 1 Chart. ISSN: 13621025.

**Cibergrafía**

<http://culturapalmares.wordpress.com/about/>

[http://www.pnud.org.co/img\\_upload/9056f18133669868e1cc381983d50faa/Radios\\_ciudadanas.pdf](http://www.pnud.org.co/img_upload/9056f18133669868e1cc381983d50faa/Radios_ciudadanas.pdf) <http://www.colombia.com/radio/g3/emisoras-colombiana>

*Asociaciones emisoras*

<http://www.radiouniversitaria.org/>

<http://www.radiocolombia.com/radiostation-listing-genre%7C=%7CCulturales/0/pre.html/>

*Emisoras*

<http://acustica.eafit.edu.co>

<http://radio.uniminuto.edu>

[www.senalradiocolombia.gov.co/](http://www.senalradiocolombia.gov.co/)

[www.museodeantioquia.co/categoria/citofono/](http://www.museodeantioquia.co/categoria/citofono/)

[www.unradio.unal.edu.co](http://www.unradio.unal.edu.co)

[www.altair.udea.edu.co](http://www.altair.udea.edu.co)

[www.laufm.ufpso.edu.co/](http://www.laufm.ufpso.edu.co/)

*Programas*

Colombianidades /

[http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p\\_p\\_id=110\\_INSTANCE\\_abhrHiklfbh6&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-](http://www.uniminuto.edu/web/radio/colombianidades?p_p_id=110_INSTANCE_abhrHiklfbh6&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-)

2&p\_p\_col\_pos=2&p\_p\_col\_count=3&\_110\_INSTANCE\_abhrHIklfbh6\_struts\_act  
ion=%2Fdocument\_library\_display%2Fview\_file\_entry&\_110\_INSTANCE\_abhrHIklfbh6  
\_redirect=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fweb%2Fradio%2Fcolombianidades%  
3Fp\_p\_id%3D110\_INSTANCE\_abhrHIklfbh6%26p\_p\_lifecycle%3D0%26p\_p\_state%3D  
normal%26p\_p\_mode%3Dview%26p\_p\_col\_id%3Dcolumn-  
2%26p\_p\_col\_pos%3D2%26p\_p\_col\_count%3D3&\_110\_INSTANCE\_abhrHIklfbh6\_file  
EntryId=1000003827041 / Descargados

<http://www.enorbita.tv/odeon>

<http://www.enorbita.tv/cumbia>

<https://www.museodeantioquia.co/citofono/1-de-diciembre/>

<https://www.museodeantioquia.co/citofono/17-de-noviembre/>

<http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html>

<http://www.unradio.unal.edu.co/nc/categoria/cat/museos-en-vivo.html>

<http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/382-afro>

<http://altair.udea.edu.co/index.php/programas/atodavoz/113-cultura-a-las-subregione>

[http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio\\_contenido](http://laufm.ufpso.edu.co/index.php#inicio_contenido)

## Anexo 1

<b>COLOMBIA.COM</b>	
<b>LISTADO DE EMISORAS DE INTERÉS PÚBLICO</b>	
<a href="http://www.colombia.com/radio/g3/emisoras-colombiana">http://www.colombia.com/radio/g3/emisoras-colombiana</a>	
1	1430 AM Radio
2	A3 Boyacá Radio
3	ABC Comunal Radio Romántica
4	AndarColombia
5	Candela AM
6	Cantar de los Andes
7	Caucana 1040 AM
8	Colombia Total Stereo
9	Doremi Radio
10	Ecos del Atrato
11	Ecos del Pamplonita
12	Emisoras Unidas
13	Folclor Estéreo
14	Folklórica Estéreo
15	La voz de Colombia
16	Mi Vélez Hit
17	Mundy Estéreo
18	Ocaña TV Radio
19	Parque Nal. Del Chicamocha St
20	Paz de Selva Verde
21	Producciones JPC Carranguera Stereo
22	Señal Radio Colombia
23	Soy Colombiano
24	Tolima Musical
25	UIS AM

## Anexo 2

<b>RED DE RADIOS UNIVERSITARIAS</b>		
<b>LISTADO DE EMISORAS UNIVERSITARIAS</b>		
<a href="https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/">https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/</a>		
	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>EMISORA</b>
1	Corporación Universitaria Minuto de Dios	Uniminuto Radio
2	Universidad Autónoma de Manizales	Radio Cóndor
3	Universidad Autónoma del Caribe	Radio Cultural Uniautónoma
4	Universidad Católica de Oriente	Sin Igual FM Estéreo
5	Universidad de Antioquia	Emisora Cultural Universidad de Antioquia
6	Universidad de Cartagena	UDC Radio
7	Universidad de Córdoba	Unicor Stereo
8	Universidad de la Amazonía	Radio Universidad de la Amazonía
9	Universidad de Medellín	Emisora Cultural Universidad de Medellín
10	Universidad de Nariño	Radio Universidad de Nariño
11	Universidad de Pamplona	Radio Universidad de Pamplona
12	Universidad del Quindío	La U FM Stereo
13	Universidad de Sucre	Unisucro FM Stereo
14	Universidad del Cauca	Unicauca Estéreo
15	Universidad del Magdalena	Unimagdalena Radio
16	Universidad del Norte	Uninorte FM Radio
17	Universidad del Valle	Univalle Estéreo
18	Universidad Distrital Francisco José de Caldas	LAUD Estéreo
19	Universidad Francisco de Paula Santander	UFPS Radio
20	Universidad Francisco de Paula Santander, seccional Ocaña	La U FM Stereo
21	Universidad Industrial de Santander	UIS Estéreo
22	Universidad Javeriana - Cali	Emisora Javeriana Estéreo
23	Universidad Javeriana - Bogotá	Emisora Javeriana Estéreo
24	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Emisora Jorge Tadeo Lozano JUT
25	Universidad Nacional - sede Bogotá y Medellín	UN Radio
26	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	UPTC Radio
27	Universidad Pontificia Bolivariana	Radio Bolivariana AM
28	Universidad Pontificia Bolivariana - sede Bucaramanga	Radio Católica Metropolitana
29	Universidad Pontificia Bolivariana - sede Montería	Frecuencia Bolivariana Montería
30	Universidad Surcolombiana	Radio Universidad Sur Colombiana
31	Universidad Tecnológica de Pereira	Universitaria Stereo
32	Universidad Tecnológica del Chocó	Radio Universidad del Chocó
33	Fundación Universitaria Konrad Lorenz	Konradio.co
34	Institución Universitaria Antonio José Camacho	Radio UNIAJC
35	Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano	Poliradio
36	Universidad de Antioquia	Altaír
37	Universidad de la Sabana	Unisabana Radio
38	Universidad de Manizales	UM Radio
39	Universidad del Tolima	Tu Radio, La Radio de la UT
40	Universidad EAFIT	Acústica
41	Universidad Jorge Tadeo Lozano - Bogotá	Óyeme UJTL
42	Universidad Jorge Tadeo Lozano - Caribe	10k13Radio.com
43	Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD	Radio UNAD Virtual
44	Universidad Santiago de Cali	La Radio USC
45	Universidad Santo Tomás	Escenario Radio

### Anexo 3

<b>RADIOS COLOMBIA</b>	
<b>LISTADO DE EMISORAS COMERCIALES</b>	
<a href="http://www.radiocolombia.com/radiostation-listing-genre/culturales/0/pre.html/">http://www.radiocolombia.com/radiostation-listing-genre/culturales/0/pre.html/</a>	
1	Cámara FM
2	Colmundo Radio
3	Conexión Radio Virtual
4	Curramba Estéreo
5	Ecos del Atrato
6	Eduvisión La Básica
7	Emisora Cultural del Huila
8	Emisora Mariana
9	En Tu Presencia
10	Galáctica Stereo
11	HJCK
12	La Máxima
13	Llanomio
14	MasMúsica
15	Ondas del Fusacatan
16	Pacho Stereo
17	Paisa Stereo
18	Planeta DJ Estéreo
19	Radio Ciudad Dabeiba
20	Radio Comunícate
21	Radio Educastilla
22	Radio Guatapurí
23	Radio K Boyacá
24	Radio Kronos
25	Radio Mensajera de Paz
26	Radio Paisa - Medellín
27	Radio Panzenú
28	Radio Sur
29	Sarare Stereo
30	Telemedellín Radio
31	Tricolor Stereo
32	UDC Radio
33	Unisabaneta Radio Tropical
34	Universitas Stereo
35	Verde Stereo
36	Viva
37	Voces
38	Yolombó Stereo
39	Zuldemayda Radio
40	Caracol Radio

### Anexo 4

MUESTRA TOTAL DE EMISORAS					
EMISORA	TIPO	URL	DESCRIPCIÓN DE LA EMISORA	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
Acústica - Eafit	Universitaria	<a href="http://acustica.eafit.edu.co">http://acustica.eafit.edu.co</a>	<p>“Acústica es el laboratorio de producción sonora del programa de Comunicación Social, de la Escuela de Ciencias y Humanidades de la Universidad EAFIT.” Es una emisora web que proyectado como un medio de comunicación académico y cultural, que busca impulsar y dar a conocer las producciones de sus estudiantes del programa de Comunicación y de la comunidad universitaria en general. Tiene como objetivo intensificar la participación estudiantil y proponer diferentes alternativas a la hora de producir material radiofónico.</p>	Hilos de historia	Un espacio para la evocación y remembranza de grandes personajes y momentos de nuestra historia. Una tertulia a cargo de Marta Luz Fernández y Olga Romero de Fex, integrantes de Saberes de Vida, programa de la Universidad EAFIT. Aquí podrán escoger las temporadas que desean escuchar. Si desean descargar el audio solo se debe dar clic en "descargar audio" y con el botón derecho del ratón seleccionar "descargar como".
Uniminuto Bogotá	Universitaria	<a href="http://radio.uniminuto.edu">http://radio.uniminuto.edu</a>	<p>El área de Radio de la Escuela de Medios para el Desarrollo tiene como proyecto principal UNIMINUTO Radio, la emisora virtual de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Este proyecto basa su trabajo en el resultado de las investigaciones de las diferentes facultades y programas académicos de UNIMINUTO a nivel de la sede principal y Sistema con sus Sedes Regionales y Centros Regionales, con el fin de hacer de estas investigaciones productos radiofónicos que puedan ser escuchados, debatidos, confrontados y cuestionados por la comunidad académica y los diferentes actores sociales que tiene UNIMINUTO en su cadena de valor (estudiantes, docentes, administrativos, comunidades, sectores sociales, etc.).</p> <p>Contribuye al desarrollo de UNIMINUTO como un escenario de experimentación y producción de pensamiento desde un espacio comunicativo radial y multimedia que vincula la construcción académica, investigativa y de proyección social, bajo nuevo imaginario que convierte en simbolización sonora el resultado de sus procesos.</p>	Colombianidades	Colombianidades es un programa radial, que tiene como objetivo recoger la diversidad cultural de Colombia, resaltando las culturas y tradiciones que en ella conviven. En cada programa se tratan temas culturales, económicos, turísticos y gastronómicos sobre una región específica del territorio colombiano. Colombianidades busca resaltar la música y los personajes destacados de cada región.

Señal Radio Colombia - En Órbita	De interés público	<a href="http://www.senalradiocolombia.gov.co/">www.senalradiocolombia.gov.co/</a>	Señal Radio Colombia es una emisora que transmite desde Bogotá las 24 horas del día música de compositores colombianos y emite programas culturales sobre arte, actualidad y eventos a realizar en el país.	El Atardecer en Órbita	En Órbita es un espacio de participación sobre temas específicos. Se convierte en plataforma para la publicación de todo tipo de archivos (sonoros, imágenes, tv y escritos) de diversa índole.
Museo de Antioquia	De interés público	<a href="http://www.museodeantioquia.co/categoria/citofono/">www.museodeantioquia.co/categoria/citofono/</a>	El Citófono es un medio radial del Museo de Antioquia para difundir la cultura mediante entrevistas a algunos artistas y reportes que se emite una vez por semana. Se emite también por la emisora de la Cámara de Comercio.	El Citófono nos cuenta	Entrevistas a artistas colombianos en que se conoce su proceso artístico y se publicitan exposiciones del Museo y descentralizadas.
Universidad Nacional	Universitaria	<a href="http://www.unradio.unal.edu.co">www.unradio.unal.edu.co</a>	La Universidad Nacional de Colombia con su Unidad de Medios de Comunicación en los que alterna periódico, televisión y la radio, manejan una programación que va dirigida especialmente para su comunidad académica a lo largo de sus sedes en todo el territorio nacional y para el público externo.	Museos en vivo	“Este espacio busca ampliar la accesibilidad pública al patrimonio cultural de la UN proponiendo nuevos horizontes en la gestión del patrimonio cultural, concebidos en cultura científica, memoria histórica y conciencia ambiental para la sociedad.
Altair Universidad de Antioquia	Universitaria	<a href="http://www.altair.udea.edu.co">www.altair.udea.edu.co</a>	Altair, primera emisora virtual universitaria que tuvo América latina bajo la administración de la Universidad de Antioquia. Comenzó labores en febrero del año 2000 y desde entonces ha ido evolucionando en materia de exploración de nuevos lenguajes y apertura en nuevos espacios y creación de reflexión en el ciberespacio.	A toda voz	“Es un programa de periodismo cultural que evoca la diversidad de voces y culturas que circulan en la Alma Máter, profundiza en la construcción de identidad, en la formación de gusto estético por las diferentes expresiones artísticas desde el universo de personas, pensamientos, culturas y gustos existentes en la Universidad de Antioquia como escenario abierto a la ciudad y al mundo.
Universidad Francisco de Paula Santander de Ocaña	Universitaria	<a href="http://www.laufm.ufpso.edu.co/">www.laufm.ufpso.edu.co/</a>	La UFPS es una emisora de la Universidad Francisco de Paula Santander en Ocaña, Norte de Santander y tiene como objetivo “servir de enlace entre la universidad y la comunidad como generadores de desarrollo” y ofrecer diferentes proyectos que sean de interés para la comunidad. UFM Stéreo.	Podcasting	En este particular, se encontraron dos programas con temas de promoción cultural, sin embargo, no se pudieron escuchar porque son emitidos en vivo. La emisora tiene una zona de podcasting y allí aloja algunos audios de interés como el noticiero y otros que no se encuentran de forma permanente en la programación. Se toman para esta muestra, dos podcast con temas de promoción cultural.