

**COMPONENTE EDUCATIVO DE LA RADIO UNIVERSITARIA: ANÁLISIS DE LAS  
EMISORAS UNICAUCA ESTÉREO Y JAVERIANA ESTÉREO-CALI**



**SANDRA LORENA ROJAS VILLAMUEZ**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN  
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN III COHORTE  
POPAYÁN - CAUCA  
JULIO DE 2017**

**COMPONENTE EDUCATIVO DE LA RADIO UNIVERSITARIA: ANÁLISIS DE LAS  
EMISORAS UNICAUCA ESTÉREO Y JAVERIANA ESTÉREO-CALI**

**SANDRA LORENA ROJAS VILLAMUEZ**

**Proyecto de grado para optar por el título de Magíster en Educación**

**Director:**

**ALEXANDER BUENDÍA ASTUDILLO**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN  
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN III COHORTE  
POPAYÁN - CAUCA  
JULIO DE 2017**

**Para Clara y Gerardo, por su esfuerzo,  
dedicación y apoyo incondicional.**

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres, porque sin ellos nada de esto hubiera sido posible.

A Alexander Buendía, por la paciencia, los consejos (durante la maestría y a lo largo de mi carrera), la guía y en especial por no perder la fe en mí y en mi trabajo.

A los directores y productores de las Radios Universitarias que hacen parte de esta investigación, por su tiempo, su trabajo y su apoyo a la realización de este proyecto.

A los productores radiales y radialistas apasionados, que sacaron parte de su tiempo para ayudarme a reflexionar sobre la radio y la educación.

A mis profesores y compañeros de maestría, por su apoyo, sus enseñanzas, su compañía y su amistad.

A todas las personas (amigos, familia, compañeros) que de una u otra forma me ayudaron para terminar con éxito este proyecto.

Gracias.

## **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación parte de la noción de que otras educaciones en el ámbito social son posibles y reconoce de antemano el fuerte impacto de los medios de comunicación en la sociedad, y aunque en cada uno de los medios se evidencian estrategias de formación educativa, este trabajo se enfoca en el análisis de la radio, específicamente la radio universitaria, un medio que a pesar de las variadas incursiones tecnológicas y la diversificación de emisoras y de audiencias, sigue vigente en la sociedad, atrayendo a un gran número de oyentes. El principal objetivo era identificar el componente educativo implementado por las emisoras Universitarias: Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo - Cali, a través de un enfoque cualitativo utilizando el método de Estudio de Caso en el que se incluyó la revisión de documentos institucionales, producciones radiales y entrevistas a profundidad, con el fin de contribuir en el mejoramiento de los procesos formativos que están presentes en estos medios de comunicación.

Palabras Clave: Educación, comunicación, medios de comunicación, radio, Radio Universitaria.

## **ABSTRAC**

The present research project starts from the notion that other social education is possible and recognizes in advance the strong impact of the mass media in society, and although in each of the means there are evidence of educational training strategies, this work focuses on the analysis of radio, specifically university radio, a medium that despite the various technological incursions and the diversification of broadcasters and audiences, remains in force in society, attracting a large number of listeners. The main objective was to identify the educational component implemented by the university stations: Unicauca Estéreo and Javeriana Estéreo - Cali, through a qualitative approach using the Case Study method, which included the revision of institutional documents, radio productions and interviews In depth, in order to contribute to the improvement of the training processes that are present in these media.

Keywords: Education, communication, media, radio, University Radio.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>11</b>
1.1 OBJETIVOS.....	13
1.1.1 Objetivo General.....	13
1.1.2 Objetivos específicos .....	13
1.2 ANTECEDENTES .....	13
<b>2 METODOLOGÍA.....</b>	<b>17</b>
2.1 FASE 1: MÉTODO BIBLIOGRÁFICO, REVISIÓN DOCUMENTAL. ....	18
2.2 FASE 2: MÉTODO ETNOGRÁFICO. ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.....	20
2.3 FASE 3: FICHAS DE ANÁLISIS .....	21
<b>3 OTRAS FORMAS DE EDUCAR. ....</b>	<b>25</b>
3.1 LA RADIO: SONIDOS QUE GENERAN PROCESOS DE EDUCACIÓN .....	30
<b>4 RADIO UNIVERSITARIA EN COLOMBIA.....</b>	<b>33</b>
4.1 ASPECTOS LEGALES .....	35
4.2 RADIOS UNIVERSITARIAS, EDUCACIÓN A NIVEL SUPERIOR.....	37
4.3 CARACTERIZACIÓN DE LAS EMISORAS UNICAUCA ESTÈREO Y JAVERIANA ESTÈREO-CALI.....	39
4.3.1 Emisora Javeriana Estéreo -Cali- “Un vehículo de comunicación para proyectar una imagen de la universidad” .....	40
4.3.2 Emisora Unicauca Estéreo 104.1 “El Universo Sonoro de las Culturas” .....	44
<b>5 LA RADIO UNIVERSITARIA ¿UN MEDIO DE EDUCACIÓN? .....</b>	<b>48</b>

5.1	PROGRAMACIÓN DE LA RADIO UNIVERSITARIA. ....	48
5.1.1	Unicauca Estéreo. ....	49
5.1.2	Javeriana Estéreo - Cali.....	51
5.1.3	Análisis de la programación que presentan las dos emisoras universitarias. ....	52
5.2	REALIZADORES RADIALES .....	53
5.2.1	Radialistas en formación.....	57
5.3	PÚBLICO OBJETIVO. LA INTERACCIÓN CON LOS OYENTES.....	59
5.3.1	Identificar las audiencias, uno de los grandes retos de la Radio Universitaria .....	62
<b>6</b>	<b>ANÁLISIS DE PROGRAMAS .....</b>	<b>65</b>
6.1	CONTENIDOS QUE EDUCAN. ....	65
6.1.1	Unicauca Estéreo .....	66
6.1.2	Javeriana Estéreo – Cali. ....	74
6.2	LA RADIO EDUCA A TRAVÉS DE LA MÚSICA. ....	79
<b>7</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>86</b>
<b>8</b>	<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>92</b>
<b>9</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>97</b>
9.1	FICHAS DE ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS ANALIZADOS EN UNICAUCA ESTÉREO .....	97
9.2	FICHAS DE ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS ANALIZADOS EN JAVERIANA ESTÉREO CALI .....	98
9.3	LISTADO DE PERSONAS ENTREVISTADAS EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN .....	99
9.4	PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE UNICAUCA ESTÉREO. ....	101
9.5	PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE JAVERIANA ESTÉREO - CALI.....	102

## INTRODUCCIÓN

Generalmente cuando se habla de educación se hace referencia al ámbito escolar y se piensa en el aula de clase como el lugar en el que las personas se forman y adquieren los conocimientos necesarios para enfrentarse a un contexto social. Pero más allá de la escuela, del salón de clase y sus respectivos currículos académicos, existen otros espacios, diversos escenarios y variados instrumentos que de manera formal, no formal o informal, también se encargan de realizar procesos educativos.

Dentro de esos diversos escenarios se encuentran los medios de comunicación (televisión, radio, prensa, cine y nuevas tecnologías), los cuales además de informar y entretener al público, también – consciente o inconscientemente- se encargan de educarlo. “Los medios pueden ser vehículos y, a la vez, contenidos de la educación; pueden desarrollar funciones mesológicas en la escuela y en la enseñanza a distancia, y paralelamente generar efectos de educación en la familia y otros contextos informales” (Trilla, 1993, p. 29)

El presente proyecto de investigación parte del hecho de que los procesos de educación se pueden llevar a cabo en distintos ámbitos sociales y además de la escuela reconoce otros escenarios, como los medios de comunicación que a través de sus contenidos pueden entretener, informar y educar. Aunque todos los medios juegan un papel importante, este trabajo se enfocó en el análisis de la radio universitaria, haciendo un estudio de caso de las emisoras Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo – Cali, con el fin de determinar si existe un componente educativo que implementan en su quehacer cotidiano.

Esta investigación consta de ocho capítulos que están estructurados de la siguiente forma:

En el primer capítulo esta reseñado el planteamiento del problema del cual surge la pregunta que da pie a este proyecto investigativo. También los objetivos que se esperan cumplir y las reseñas de investigaciones que antecedieron a este trabajo y que de una u otra forma sirvieron como base y guía para plantear el análisis que aquí se desarrolla.

El segundo capítulo hace referencia a la propuesta metodológica que se implementó en la realización de esta investigación, la cual tuvo un enfoque cualitativo en el que se empleó el método de Estudio de Caso y se desarrolló en tres fases que se basaron en la revisión documental, las entrevistas a profundidad y las fichas de análisis, a partir de ahí se obtuvo la información necesaria para entender cuál es el componente educativo que se evidencia en las emisoras Universitarias Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo – Cali.

En el tercer capítulo se plantea un análisis conceptual de la relación que existe entre comunicación, educación y medios masivos, en especial la radio, que es uno de los más reconocidos socialmente. Este proyecto de investigación tiene como base el planteamiento de que todos los medios educan, por lo tanto, lo que se pretende aquí es profundizar en la forma en que se llevan a cabo esos procesos y el impacto que pueden tener en el público. Para realizar esta reflexión se tuvo en cuenta el trabajo de diferentes autores que desde hace mucho tiempo reflexionan sobre dicho tema.

El cuarto capítulo habla sobre las radios universitarias, las cuales se caracterizan por ser medios de comunicación con un alto componente cultural y educativo que obedece a ciertas políticas institucionales y a la filosofía propia de la universidad a la que están adscritas. También hace referencia a los aspectos legales y normativos que rigen a este tipo de medios y presenta una caracterización de las emisoras Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo- Cali, en cuyo trabajo se basa esta investigación.

En el quinto capítulo se hace un análisis a la radio universitaria, la cual tiene un compromiso institucional, ético y legal de generar procesos educativos que tengan como base la comunicación mediática, es decir, a través de los programas radiales que emiten. Para analizar cuáles son los componentes que hacen de estas emisoras medios educativos, se tuvieron en cuenta varios elementos característicos de la radio, como la parrilla de programación, los realizadores o productores que hacen los programas, los temas que se abordan en cada espacio radial y el público objetivo al cual pretenden impactar con su trabajo.

El sexto capítulo es un análisis a los programas de contenido y musicales que se seleccionaron por cada una de las emisoras, como muestra representativa de las producciones que emiten, con el fin de determinar qué tan educativos son sus contenidos, teniendo en cuenta los temas que abordan, los realizadores, el género y formato radial y las fuentes utilizadas en los programas.

En el séptimo capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones, en donde se encuentran consignados las principales reflexiones que surgieron a partir de todo el trabajo investigativo y con lo cual se espera hacer un aporte que realmente contribuya al mejoramiento de los procesos formativos que están presentes en la radio universitaria.

## CAPÍTULO I

### 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En ocasiones el tema de la educación se reduce al ámbito de escolaridad, sin tener en cuenta que los procesos educativos pueden ir más allá de un aula de clase y desarrollarse en otros escenarios que hacen parte de la cotidianidad de las personas, tales como la calle, el barrio, la iglesia, entre otros espacios que de muchas maneras determinan los comportamientos y actitudes de cada ciudadano. Lo importante dentro de estos procesos es tener claro sus objetivos y poder definir qué, para qué, cómo, dónde y con quiénes se van a implementar, así se podrá evaluar más fácil el impacto que genera en un público determinado.

Uno de esos “otros” escenarios está representado por medios de comunicación como la televisión, la prensa, el cine y la radio. “El conjunto de los medios de comunicación y las tecnologías digitales de la información conforman un sistema educativo informal que actúa como escuela paralela a la convencional con sus propios códigos, lenguajes, normas y valores” (Marino 2005, p. 87). Lo cierto, es que las personas pasan mucho tiempo en contacto con estos medios y los contenidos que diariamente consumen influyen en su formación integral.

Si bien es cierto que todos los medios de comunicación generan un impacto en el público y que con su trabajo promueven procesos educativos, se debe resaltar la labor que históricamente ha cumplido la radio en este ámbito. Proyectos como el de las Escuelas Radiofónicas, inspirados en Radio Sutatenza, han sido replicados con éxito en distintas partes del mundo. Las características propias de este medio, como la sencillez de su producción o el fácil acceso, hacen que la radio más allá de informar y entretener a un público, se proyecte como un escenario cultural y educativo.

En realidad, se escuche con un propósito formalmente educativo o se escuche por mero placer, todo programa educa de alguna manera. Tanto como el programa educativo propiamente dicho, el anuncio publicitario que asegura que luciendo una camisa de tal marca "se triunfa en la vida", un programa cómico, una radionovela sentimental, un comentario de actualidad, una transmisión deportiva, una canción popular, constituyen también factores educativos, ya que todos influyen en la formación de valores y en las pautas de comportamiento del público (Kaplún, 1999, p. 22-23)

Como medio masivo de comunicación, la radio le ofrece al público muchas opciones para escuchar, diversidad de emisoras que abarcan los temas, los gustos y las necesidades de todos los oyentes. Entre esas alternativas se pueden mencionar a las Emisoras Educativas Universitarias, las cuales tienen entre sus objetivos estimular el flujo de investigaciones y de información científica aplicada al desarrollo, difundir aspectos relacionados con la cultura, la ciencia y la educación, apoyar el proyecto educativo nacional y servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada.

De acuerdo a la Red de Radio Universitaria, actualmente Colombia cuenta con sesenta y nueve Emisoras Universitarias ubicadas en distintas regiones del país, en teoría cada una está dirigida a públicos diferentes y cuenta con una parrilla de programación propia que responde a las necesidades de su región, lo que implica que deben elaborar contenidos aterrizados a sus contextos sociales y culturales. Sin embargo, a pesar de todas las diferencias que existen entre las emisoras tienen un componente en común, la educación; ya que se supone que la misión y visión de estas radios se enmarcan en la misión global de cada universidad, las cuales tienen como principal objetivo “Educar”.

En esa medida, la Radio Universitaria se proyecta como un escenario educativo más que como un medio masivo de comunicación; planteamiento que sin duda da origen a varios interrogantes: cuál es la relación que existe entre comunicación, educación y emisoras universitarias, cuál es la metodología que utilizan estos medios para llevar a cabo los procesos educativos, a quiénes están educando -es decir, realmente conocen el público al que están llegando- y finalmente, quiénes están educando a través de la producción de contenidos.

Todas esas preguntas son las que dan origen al presente proyecto de investigación, -reconociendo de antemano que los medios de comunicación, en este caso las Emisoras Universitarias de forma consciente o inconsciente aplican un modelo educativo, por lo tanto lo que se pretende determinar es ¿Cuál es el componente educativo implementado por las Emisoras Universitarias Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo - Cali?

## **1.1 OBJETIVOS**

### **1.1.1 Objetivo General**

Identificar el componente educativo implementado por las emisoras Universitarias: Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo - Cali, a través de la revisión de documentos institucionales, producciones radiales y entrevistas a profundidad, con el fin de indagar en los procesos formativos que están presentes en estos medios de comunicación.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Entender la relación que existe entre la propuesta educativa de cada universidad y el proyecto comunicativo implementado en sus respectivas emisoras universitarias.
- Hacer un análisis comparativo del modelo educativo de las dos emisoras, teniendo en cuenta que una de ellas tiene carácter comercial y está adscrita a una Universidad Privada y la otra es un medio de Interés Público perteneciente a una Universidad Pública.

## **1.2 ANTECEDENTES**

El tema relacionado con emisoras universitarias o el vínculo que existe entre comunicación y educación ya ha sido abordado en algunos trabajos de investigación, entre los que se destacan “Historia de la radio universitaria: estudios de caso de las emisoras LAUD y UN Radio” realizado por Óscar Julián Cuesta Moreno, en el que se hace una caracterización de la emisora LAUD, de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y la UN Radio, de la Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá. Un proyecto que se desarrolló a partir del estudio de caso, utilizando métodos como el análisis de documentos institucionales y el análisis de entrevistas semiestructuradas a funcionarios de las emisoras.

Esta investigación dio a conocer, entre otras cosas, que las emisoras fueron el resultado de iniciativas individuales y no de proyectos institucionales, sin embargo, son utilizadas para informar las actividades realizadas en la Universidad a un público en general. El estudio señala

que la Radio Universitaria se caracteriza por cumplir dos funciones, una de ellas encaminada a difundir lo que hace la universidad en cuanto a investigación, procesos académicos o proyección social, y la otra se centra en la difusión de programas culturales y educativos.

El trabajo de investigación “Sentido(s) de la educación en el sistema educativo de los programas radiales denominados de carácter educativo en la emisora de interés público Universidad de Antioquia”, realizado por Nubia Amparo Mesa Granda y Ancízar Vargas León en la Facultad de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó, a través de un estudio de caso, analizó la concepción de radio educativa que se refleja en la realización de los programas, concluyendo, entre otras cosas, que esta radio “es una opción en las regiones antioqueñas para que las comunidades accedan a contenidos que les ofrecen conocimientos nuevos y les amplían sus horizontes sociales” (Mesa, N. A. & Vargas, A. 2014, p. 48).

Otro trabajo de investigación que sirvió como referente es “Análisis de la Propuesta Educativa de Radio Universidad Del Cauca” realizado por Eider Andrés Campo Fernández y Liliana Solarte Navarro, que se basó en el análisis de la propuesta educativa de la emisora Unicauca Estéreo durante los años 2004 a 2006, en la que se abordan aspectos radiofónicos y comunicativos, desde una investigación cualitativa, tomando como base una muestra representativa de siete espacios radiales que hacían parte de la parrilla de programación de la emisora.

El informe final resalta que es obligación de las universidades y en general de las instituciones educativas, buscar distintas maneras de afrontar la problemática de la falta de educación para el desarrollo de las comunidades, por eso propone que la emisora Unicauca Estéreo se conciba como una herramienta pedagógica y se proyecte socialmente reforzando una educación crítica y reflexiva a las diferentes comunidades. En esa medida, el elemento educativo debe tomarse como una prioridad dentro de los lineamientos comunicativos de la emisora y así convertirse en un espacio donde converjan los diversos saberes que están presentes en la sociedad.

La Emisora de la Universidad del Cauca también fue el objeto de estudio del proyecto “Diagnóstico y Diseño de una Estrategia Comunicativa en la Emisora Unicauca Estéreo”, elaborado por Jorge Andrés Burbano Folleco, Juan David Cuéllar Casas y Sara García Zapata, quienes por medio de la observación participante y entrevistas, realizaron un diagnóstico para determinar las formas de producción y los protocolos comunicativos de la emisora, con el objetivo de diseñar una estrategia comunicativa encaminada a recuperar y fortalecer la labor que cumple esta radio en la comunidad.

La investigación trató de dar respuesta a la pregunta: ¿Qué tipo de estrategia comunicativa puede ayudar a potencializar las fortalezas de la emisora Unicauca Estéreo y a mejorar las debilidades que ésta presenta en su comunicación interna y su producción radial? Teniendo como base el concepto de Radio Universitaria, según el cual, Unicauca Estéreo se ubicaría como un medio alternativo, educativo y cultural y como espacio representativo de la comunidad universitaria frente a la sociedad. Al final presentan varias recomendaciones enfocadas a mejorar las prácticas comunicativas y por lo tanto educativas.

Por último, es importante mencionar el trabajo de investigación “Jóvenes, radio y ciudadanía”, realizada por Alexander Buendía, en el que se tomó como base dos programas juveniles de la emisora Unicauca Estéreo y que tenía como fin identificar desde qué parámetros se construyen los programas destinados a los jóvenes y cómo los productores radiales asumen la interacción de estos espacios radiales con los jóvenes y con la ciudad. Esta investigación de tipo cualitativo ubicada en el campo de los estudios de la comunicación y de los estudios urbanos, dejó a un lado el análisis de consumo para centrarse en los aspectos de producción, a partir de los cuales se obtuvo varias conclusiones, entre ellas:

La radio, más que un medio de comunicación masivo es una práctica significativa y una experiencia cultural; en ella hay elementos identitarios de lo popular y de la industria cultural. Además es un medio que privilegia el presente, por esta razón hace parte de la cotidianidad de muchas personas. Por otra parte, la radio permitió dar voz y visibilidad social a sectores que otros medios no habían tenido en cuenta, este es el caso de los jóvenes, a quienes ella también asumió como público destinatario de su programación. (Buendía, 2006, p. 79)

Cada uno de estos trabajos de investigación se convirtió en una ruta de guía que sirvió como fundamento a este proyecto, ya que su contenido temático o su metodología fueron una referencia a seguir y tener en cuenta al momento de acceder la información o realizar los procesos de interpretación encaminados a entender la relación que se presenta entre radio, educación y comunicación.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Se buscaron trabajos de investigación relacionados con la emisora de la Universidad Javeriana de Cali, pero no se encontró ningún tipo de documento que sirviera como referencia para tener en cuenta dentro del presente proyecto.

## CAPÍTULO II

### 2 METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación buscaba determinar cuál es el componente educativo implementado por las Emisoras Universitarias Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo - Cali, para ello se empleó el enfoque Cualitativo teniendo como base el método de Estudio de Caso, el cual hace referencia a “la recolección, el análisis y la presentación detallada y estructurada de información sobre un individuo, un grupo o una institución. La información proviene de diversas fuentes e incluye usualmente las visiones de los mismos sujetos” (Galeano, 2012, p. 68). Para darle mayor profundidad a la investigación se realizó un estudio de caso colectivo de carácter interpretativo que consiste en:

Estudiar conjuntamente un determinado número de casos, con poco o nulo interés en un caso particular con la intención de indagar sobre un fenómeno, una población o una condición general (...) los datos de la descripción se utilizan para desarrollar categorías conceptuales o para ilustrar, soportar o discutir presupuestos teóricos. Su nivel de conceptualización puede ir desde el planteamiento de relaciones entre variables hasta la construcción de una teoría particular. (Galeano, 2012, p. 71-72)

Para realizar el estudio de caso se seleccionaron dos Emisoras universitarias como referentes: Javeriana Estéreo - Cali y Unicauca Estéreo, teniendo en cuenta varios elementos, entre ellos:

- a- Ubicación geográfica: las dos están ubicadas en el suroccidente colombiano pero en diferentes ciudades (Cali y Popayán), por lo tanto abordan públicos diferentes.
- b- Carácter de la Universidad (Institución Pública o Institución Privada)
- c- Tipo de Licencia (Comercial o de Interés Público)
- d- Tiempo de emisión (Más de veinte años)

Cuadro 1  
*Características Técnicas de las Emisoras*

<b>Características</b>	<b>Javeriana Estéreo – Cali</b>	<b>Unicauca Estéreo</b>
<b>Departamento</b>	Valle del Cauca	Cauca
<b>Ciudad</b>	Cali	Popayán
<b>Nombre del Concesionario</b>	Pontificia Universidad Javeriana	Universidad del Cauca
<b>Carácter de la Universidad</b>	Privada	Pública
<b>Clase de emisora</b>	Comercial	Interés Público
<b>Banda</b>	FM	FM
<b>Frecuencia</b>	107.5 Mhz	104.1 Mhz
<b>Distintivo</b>	HJC42	HJC20
<b>Código de la emisora</b>	52144	52134
<b>Tiempo de funcionamiento</b>	25 años	26 años

El desarrollo de la investigación se realizó en varias fases, las cuales estuvieron encaminadas a obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos propuestos:

## **2.1 FASE 1: MÉTODO BIBLIOGRÁFICO, REVISIÓN DOCUMENTAL**

Esta primera etapa se basó en el análisis a profundidad de los documentos institucionales de las emisoras, que fueron confrontados con el Proyecto Educativo de cada Universidad.

El análisis de todos los documentos que se señalan a continuación, permitió comparar información y deducir cuál es la propuesta educativa y comunicativa que resalta en cada uno de estos medios de comunicación. De igual forma, los datos recolectados en la primera fase sirvieron para determinar cuál es el papel que cumplen las emisoras universitarias dentro del marco organizativo institucional.

Cuadro 2  
*Documentos consultados.*

<b>Documentos Institucionales</b>	<b>Javeriana Estéreo – Cali</b>	<b>Unicauca Estéreo</b>
<b>Proyecto comunicativo</b>	X	X <sup>2</sup>
<b>Manual de Estilo<sup>3</sup></b>	X	X
<b>Código de ética</b>	Está inserto en el Manual de Estilo	Está inserto en el Manual de Estilo
<b>Parrilla de Programación</b>	X	X
<b>Documentos Institucionales</b>	<b>Pontificia Universidad Javeriana</b>	<b>Universidad del Cauca</b>
<b>Proyecto educativo</b>	X	Plan de Desarrollo Institucional
<b>Misión</b>	X	X
<b>Visión</b>	X	X

En esta primera fase también se tuvieron en cuenta documentos relacionados con los aspectos legales y normativos de la radiodifusión y de las políticas educativas a nivel nacional:

- El decreto Ley 1341 del 30 de Julio de 2009. Expedido por el Congreso de la República de Colombia.
- Resolución Número 00415 de 13 de abril de 2010. Expedido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- Documentos oficiales (Misión, visión, propósitos, objetivos) de la Red de emisoras Universitarias – Colombia.
- Plan Nacional Decenal de Educación 2006 – 2016. (Visión) Expedido por el Ministerio de Educación Nacional.
- Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018. Elaborado por el Departamento Nacional de Planeación.

<sup>2</sup> Se consultó el Plan Estratégico de Comunicaciones, que aunque aborda en cierta medida la función que se tiene asignada para los medios, tiene un enfoque organizacional que se centra en mejorar las relaciones internas y externas de la Universidad.

<sup>3</sup> Las emisoras universitarias manejan la misma propuesta de manual de estilo, algunos medios como Unicauca Estéreo, le han hecho distintas variaciones para adaptarlo al contexto social y le han agregado nuevos elementos dependiendo de sus intereses, por ejemplo, su manual de estilo incorpora pautas relacionadas con el manejo de redes sociales e incluye la figura de Defensor del oyente. Pero en general, en cuanto estructura y contenido, es el mismo documento.

## 2.2 FASE 2: MÉTODO ETNOGRÁFICO. ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.

Para realizar el análisis se hizo un análisis a la parrilla de programación de cada emisora, escuchando todos los programas y contenidos que se emiten a diario y así determinar aspectos como géneros, formatos, públicos objetivos y realizadores. De esta forma se priorizaron algunos elementos relacionados con temas de pre y posproducción, que sirvieron como guía en las entrevistas a profundidad en la que participaron representantes de cada emisora y personas que de una u otra forma han estado relacionadas con las Emisoras Universitarias.

### Ficha de análisis de la parrilla de programación.

PROGRAMACIÓN							
Nombre del programa	Enfoque	Público Objetivo	Realizador (es)	Periodicidad	Horario	Género	Observaciones

Entrevistas:

- **Directores de las emisoras.**

<b>Unicauca Estéreo</b>	<b>Javeriana Estéreo – Cali.</b>
<b>Álvaro Córdoba Bernal</b> Director	<b>Juan Carlos Prado</b> Director
<b>Carlos Alberto Valencia</b> Ex jefe de la División de Comunicaciones de la Universidad del Cauca.	<b>Rodolfo Gómez Concha</b> Ex Director de la emisora Javeriana Estéreo – Cali.

- **Productores y realizadores Radiales de las dos emisoras.**

<b>Unicauca Estéreo 104.1 FM</b>	
Flordelis Urrea	Productora de Planta de la emisora
Victoria Eugenia Moncayo	Productora de Planta de la emisora
Jacob Cuellar	Productor y Realizador del Espacio Radial Consultorio Jurídico
María Lucía Paz Medina	Productora y realizadora del programa “Amor a la Salud”
Javier Betancur	Productor y Realizador del Espacio Radial “Factor Rh, Rock en tus venas”

<b>Javeriana Estéreo – Cali</b>	
David Sánchez Riascos.	Coordinador de Programación y Realizador del programa “Conexión”
Diana Milena López	Productora del programa “Ingenium”
Luis Eduardo Tobón	Realizador del programa “Ingenium”
José Luis Valderrama	Realizador de los programas “Los colegios Cuentan” y “Sintonía Javeriana”

- **Representantes y Directivas de la Red de Emisoras Universitarias de Colombia.**

Elhier Hernández Burbano	Presidente de la Red de Radios Universitarias de Colombia.
Fernando Rivera	Secretario de la Red de Radios Universitarias de Colombia

- **Docentes de Radio de programas de Comunicación Social**

Alma Montoya	Docente Corporación Universitaria Minuto de Dios – Bogotá
Gesie Laso	Docente Universidad del Cauca
Juan Carlos Granada	Docente Fundación Universitaria Popayán

### 2.3 FASE 3: FICHAS DE ANÁLISIS

En esta fase se seleccionó una muestra de los programas radiales previamente analizados en la parrilla de programación y se elaboró una ficha para evaluar los contenidos emitidos. Para el estudio se eligieron cuatro programas por emisoras: dos de contenido temático (educativo o informativo) y dos musicales teniendo en cuenta que tanto en Unicauca Estéreo como en Javeriana Estéreo- Cali, un gran porcentaje de la programación<sup>4</sup> se basa en este género. Para los criterios de selección se tuvo en cuenta la trayectoria, el reconocimiento, la referencia temática, los realizadores y las sugerencias de directivas y productores.

A continuación, se detallan los espacios radiales seleccionados y las características que se tuvieron en cuenta para la elección de cada uno:

<sup>4</sup> En Unicauca Estéreo el 64% de los programas que se emiten son del género musical y en Javeriana Estéreo –Cali, más de 20 horas diarias de programación de lunes a viernes son dedicadas a la emisión de música, los fines de semana cambia la programación y se incluyen programas de contenido.

---

**Género Musical**


---

<b>Unicauca Estéreo</b>	<b>Factor RH, Rock en tus venas:</b> se seleccionó por años de antigüedad al aire, por el público objetivo al que va dirigido, porque se emite a diario (de lunes a domingo), es realizado por un colectivo externo .
<b>Javeriana Estéreo – Cali.</b>	<b>Nuestra Música Colombiana:</b> el programa es producido por personal interno de la emisora, está dirigido a un público adulto, se emite a diario (de lunes a domingo) y tiene amplio reconocimiento debido al tiempo que lleva emitiéndose.  <b>Franja Musical:</b> Hace referencia a una selección de música que se emite a lo largo de la programación sin un formato en específico y que está a cargo de un programador.

---



---

**Programas de contenido**


---

<b>Unicauca Estéreo</b>	<b>Consultorio Jurídico:</b> por la temática, la trayectoria y porque en algún momento fue seleccionado para emitirse en otras emisoras de interés público del departamento del Cauca.
<b>Javeriana Estéreo – Cali.</b>	<b>Amor a la salud:</b> por la temáticas, el enfoque que maneja y porque ha obtenido algunos premios a nivel local y nacional.  <b>Ingenium:</b> Por la temática que aborda, ya que es un programa que se encarga de la divulgación de la ciencia, la tecnología y la innovación.  <b>Cita con la salud:</b> Por la temática y el enfoque que utiliza en sus programas.

---

De cada una de esas producciones (musicales y de contenido) se seleccionaron 10 programas al azar emitidos durante los meses correspondientes a los años 2015 y 2016 y se consignó la información en fichas de análisis.

### Ficha de análisis: (Programas de contenidos y musicales)

Análisis de programas								
Programa Nº	Fecha de emisión	Duración	Realizadores	Temática	Temas secundarios	Fuentes consultadas	Recursos radiales	observaciones

En el análisis del discurso radiofónico se tuvieron en cuenta tres dimensiones fundamentales que son propuestas por Maria Cristina Mata y Silvia Scarafia en el libro “Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico” (1993).

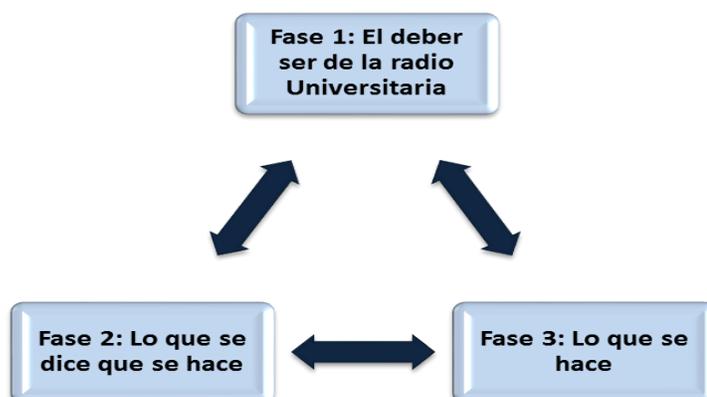
- **Lo que se dice:** aquello de lo que se habla, que es la dimensión referencial del discurso. Por eso se tuvo en cuenta el contenido de los programas, es decir la forma como se abordan los temas.
- **Quiénes dicen** y cómo se relacionan con aquellos a quienes les están hablando. Esa es la dimensión enunciativa del discurso. Por eso se tuvo en cuenta el perfil de los productores radiales de las dos emisoras y el contacto que dicen tener con el público al que dirigen cada uno de sus programas.
- **Cómo se organiza** todo lo que se dice en una programación diaria y semanal: Eso es lo que se denomina Dimensión estructural del discurso radiofónico, y se tuvo en cuenta para poder seleccionar los programas tanto de contenido como musicales en los cuales se iba a centrar la investigación

Al finalizar las etapas de recolección de información se pasó al análisis e interpretación de los datos, a través de los cuales se pudo encontrar algunos elementos que determinan parte del componente educativo que se evidencia en las emisoras Universitarias Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo – Cali. Teniendo en cuenta que analizar los contenidos sirve para “determinar

en qué medida los objetivos que persigue la emisora se ven expresados en los productos y prácticas comunicativas que propone a los receptores” (Mata, 1999, p. 11)

Cada una de las fases permitió enfocarse en un aspecto importante de la radio y al final se pudo confrontar la información desde tres puntos de vista:

- **Fase 1: El deber ser de la radio universitaria:** se construyó a partir de todos los documentos oficiales y normativos que se relacionan con este tema.
- **Fase 2: Lo que se dice que se hace o se cree que se está haciendo en las radios universitarias:** se analizó a partir de las entrevistas realizadas a directivos y productores radiales.
- **Fase 3: Lo que en verdad se hace:** que se ve representado en la programación que sale al aire y en últimas es lo que el oyente consume, escucha e interpreta.



De esta forma se llevó a cabo un proceso de triangulación de la información contrastando las distintas fuentes, que en este caso serían los documentos institucionales, los testimonios recogidos en las entrevistas y las producciones realizadas en cada emisora, todo con el fin de poder determinar algunos elementos del componente educativo implementado por las Emisoras Universitarias Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo - Cali.

## CAPÍTULO III

### 3 OTRAS FORMAS DE EDUCAR

*Hace tiempo que los medios de comunicación de masas se han convertido en verdaderos instrumentos educativos, lo que muestra claramente que las sacrosantas lecciones ex cathedra han pasado a la historia.”(Geuzwein, 1983, p 220).*

¿Cuántas horas al día una persona está en contacto con los medios de comunicación, cualquier medio: televisión, radio, prensa, cine o internet? Tal vez una, dos o muchas más y ese contacto voluntario o involuntario permite determinar aspectos importantes en la vida del ser humano que influyen en su forma de pensar o en los patrones de conducta que adopta una determinada sociedad. La información que se consume a través de los medios puede llegar a imponer valores, creencias, ideas, normas de comportamiento e incluso estereotipos sociales. En ese sentido Esteinou plantea que “la información la traduce en sedimentos culturales que se traducen en valores históricos y se cristalizan en visiones del mundo, los que se expresan en sentidos comunes de los cuales se derivan actitudes y conductas que a largo plazo se convierten en posiciones políticas” (1998, p 4).

Los diversos medios de comunicación contribuyen a construir conocimiento sobre la sociedad, como se ve a sí misma y cómo ve a los otros. Su trabajo y el impacto que generan han hecho que se consideren como un aparato ideológico capaz de dar sentido y proponer interpretaciones o significados de diferentes situaciones. Algo que hacen a través de sus contenidos, con los temas que abordan, los que destacan o los que sencillamente ignoran e incluso tergiversan. Pero no es solo el tema en sí, es también la forma en que lo presentan, el tratamiento que le dan, las fuentes que resaltan y la cantidad de veces que lo repiten.

La influencia de los medios cada vez es más fuerte “solo por su inmediatez, masividad e innovación, los medios de comunicación llevan ventaja en la difusión de modelos de sociedad, de hombres y mujeres, vida cotidiana y relaciones sociales con determinado valor ético y cultural” (Alonso del Corral, 2004, p 13). Por eso, se puede asegurar que igual de importante que los medios es la ideología que se transmite a través de ellos. Tomando la ideología como marcos de interpretación mental y es así como “contribuyen al proceso constante de socialización y

refuerzo de pautas culturales mostrando y recreando situaciones, hechos, usos, gestos, etc. Considerados deseables en los individuos” (Perkins, 2008, p 13).

Los medios de comunicación están llamados a cumplir unas funciones básicas que fueron señaladas por Haroll Lasswell y posteriormente complementadas por Charles Wright, quienes consideraban que el proceso de comunicación debería estar encargado de vigilar el entorno, propiciar la interpretación de la información expuesta, transmitir el patrimonio cultural y la herencia social y proponer un entretenimiento que posibilite la diversión. (Mattelart, A, & Mattelart, M. 2013). En otras palabras, los medios se encargan de informar, generar opinión pública, educar y entretener, compromisos bastantes importantes que requieren una gran responsabilidad por parte de las personas encargadas de manejar y controlar los medios.

Pero retrocediendo un poco, habría que preguntarse ¿dónde radica la fuerza de los medios? Tal vez la respuesta esté en su complemento, la comunicación que se entiende como “un proceso de producción, distribución y consumo de significados en una estructura social determinada” (Peppino, 1999, p. 38), en algunos casos la comunicación es una “cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos” (Martín, 1987, p. 10).

El término comunicación se relaciona con el verbo comunicar y hace referencia al acto de informar, transmitir o emitir información, también se puede entender como una propuesta dialógica, en donde se intercambian o se comparten ideas, dándole paso a un ejercicio de reciprocidad. En otras palabras, como lo corrobora Ricardo Nosedá, “comunicación es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcanzan una conciencia común” (citado por Kaplun, 2010, p. 63 y 64). Entonces, la comunicación es un diálogo en el que se espera obtener una respuesta; “al comunicarnos con otros esperamos modificar, en alguna forma, su perspectiva y aún su conducta” (Barroilhet, 1981, p 144).

La comunicación también es un proceso que se relaciona, como se ha podido deducir anteriormente, con el tema de la educación: “cualquier gesto, signo, símbolo o mensaje tienen la potencialidad de educar o educan de manera oblicua, es decir, sin que ellos mismos se den cabal cuenta de las interpretaciones y repercusiones que generan” (Torres, 2000, p 57). En este caso, el concepto de educación se puede entender como el sentido de persuadir, de transmitir una visión del mundo y del contexto visto desde la perspectiva y los valores sociales de quienes lideran esas dinámicas.

Existen diferentes conceptos para tratar de definir la educación, en este caso particular que pretende relacionar ese tema con la comunicación y con el trabajo de los medios masivos, se tomó como base los planteamientos presentados por Ana María Peppino Barale (1999) y Jaume Trilla Bermet (1993), quienes señalan que los contenidos educativos pueden dividirse en formales, no formales e informales.

La educación formal se relaciona con las normas y certificaciones estipuladas en el sistema educativo nacional. “Comprende las instituciones y medios de formación y enseñanza ubicados en la estructura educativa graduada, jerarquizada y oficializada. Son las instituciones que proveen títulos académicos y se hallan integradas en el organigrama educacional de un país determinado” (Trilla, 1993, p 14)

La educación no formal se realiza fuera del sistema escolar formal y brinda un aprendizaje muy definido y que responde a necesidades precisas de las personas, uno de sus objetivos es ayudar a resolver algunos problemas de la comunidad y su efectividad se demostraría con el cambio en el comportamiento de los individuos con respecto a temáticas determinadas. “No hace parte del sistema de enseñanza graduado. Atienden a objetivos muy heterogéneos: educación permanente y de adultos, educación para el tiempo libre, desarrollo comunitario, reciclaje y reconversión profesional” (Trilla, 1993, p 16). Se considera un complemento a la educación formal.

Por último, la educación informal constituye un proceso permanente sin organización especial, gracias al cual toda persona adquiere conocimientos, aptitudes y actitudes mediante el contacto con determinados espacios o prácticas sociales. “Es el conjunto de procesos y factores

que generan efectos educativos sin haber estado expresamente configurados a tal fin” (Trilla, 1993, p 17)

Lo anterior demuestra que el tema de la educación no puede reducirse al ámbito de escolaridad, el aula de clase no es el único lugar en el que las personas se pueden formar y adquirir los conocimientos necesarios para enfrentarse a un contexto social; los procesos educativos pueden ir más allá de la escuela, el salón de clase y sus respectivos currículos académicos y desarrollarse en escenarios que hacen parte de la cotidianidad de las personas, tales como la calle, el barrio, la iglesia, entre otros espacios que de muchas maneras determinan los comportamientos y actitudes de cada ciudadano. "Estamos pasando de una sociedad con sistema educativo a una sociedad educativa, esto es cuya red educativa lo atraviesa todo: el trabajo y el ocio, la oficina y el hogar, la salud y la vejez” (Martín B, 2003, p 12).

Uno de esos “otros” escenarios está representado por los medios de comunicación. “Los medios pueden ser vehículos y, a la vez, contenidos de la educación; pueden desarrollar funciones mesológicas en la escuela y en la enseñanza a distancia, y paralelamente generar efectos de educación en la familia y otros contextos informales” (Trilla, 1993, p 29). La educación maneja esquemas diseñados para permitirles a las personas incorporarse a la sociedad, mientras que la comunicación se encarga de construir nuevos saberes desde el consumo que se hace de sus contenidos, los cuales además de contribuir a la formación de opinión pública, brindan la posibilidad de conocerse a sí mismos y descubrir otros mundos y culturas.

Los medios de comunicación y la educación juntos o por separado pueden transformar la sociedad, para bien o para mal, eso depende de la intencionalidad o el impacto de la información. Pero se debe tener en cuenta que cuando se piensa en comunicación para la educación, se busca alcanzar un resultado formativo, que le permita al público entender su realidad, su contexto social y actuar frente a eso.

¿Qué esperar de los medios masivos en nuestros esfuerzos por educar? ¿Qué papel atribuirles? ¿Cómo aprovechar el enorme potencial que representan la radio, la gran prensa, las revistas ilustradas y ponerlo al servicio de la educación de las grandes mayorías latinoamericanas? Cuando al recorrer la región se comprueba que casi no hay hombre, mujer o joven que no tenga una radio, cuando aún en las más precarias favelas y cinturones de miseria de nuestras ciudades se ve crecer el bosque de antenas de televisión y, al mismo

tiempo, se confronta esa presencia tan universal de los medios en nuestro contorno cultural actual con los tremendos déficits educativos que se le adeuda a esa misma población. (Kaplún, 1992, p 63)

Los medios cada vez ganan más espacios en la vida de las personas y directa o indirectamente, con intención o si ella, producen un impacto en la sociedad, para bien o para mal, ese aspecto es muy relativo y depende de varios factores y del punto de vista desde el cual se analice. Pero no por promover valores, estereotipos o realidades que van en contra de algunos intereses dejan de tener un componente educativo, lo mismo ocurre con otros escenarios que también manejan este enfoque. “Hay escuelas y familias que a veces no educan o, mejor, que educan fatal, pero no por eso la escuela o la familia, en general, dejan de ser consideradas como instituciones educativas.” (Trilla, J. 1997 p, 36).\_

Es normal que se genere cierta duda al relacionar comunicación, medios y educación, ya que existe un alto grado de desconfianza hacia los contenidos que el público consume ya sea por radio, prensa, televisión o internet. Incluso se consideran malas influencias y enemigos de la escuela y la estructura que ahí se maneja. “La realidad de los medios en nuestro mundo no cambia porque se les asigne una tarea educativa. La estructura y funcionamiento de los modernos medios de comunicación los hace radicalmente verticales y tal vez más aún, que la escuela tradicional. Por consiguiente sirven más para el adiestramiento de los receptores que para una tarea realmente educativa, ya que esta supone interacción, reflexión crítica, actitud transformadora ante el mundo” (Barroilhet, 1981, p 157).

Estas dudas, ese rechazo y la desconfianza que generan los medios han provocado que el componente educativo se relacione o se confunda con otros elementos como la manipulación, la persuasión o el adoctrinamiento, donde lo importante no es la generación o el intercambio de conocimiento, sino convencer a los otros para que piensen o actúen de determinada manera. Pero, si bien es cierto que los medios pueden llegar a tener un enfoque conductista amparado en el discurso del poder y que con su quehacer pueden informar, desinformar, manipular, imponer, distraer y muchas otras cosas más, también es cierto que no por eso deja de educar de manera no formal o informal.

Los medios aportan a esa estructura de educación y comunicación al mostrar una o varias realidades del mundo, al construir o redefinir la identidad, la cultura, los esquemas sociales y al facilitar el intercambio de saberes. Y aunque que todos los medios de comunicación generan un impacto en el público y que con su trabajo promueven procesos educativos, se debe resaltar la labor que históricamente ha cumplido la radio en este ámbito, las características propias de este medio, como la sencillez de su producción o el fácil acceso, hacen que la radio más allá de informar y entretener a un público, se proyecte como un escenario cultural y educativo.

### 3.1 LA RADIO: SONIDOS QUE GENERAN PROCESOS DE EDUCACIÓN

No se puede hablar de “la radio” en términos abstractos. La radio – entendida como un conjunto que involucra a los productores, lo que se emite y la audiencia que recibe los mensajes- es un producto cultural de un país en un momento dado. (...) La radio es una expresión del modo de ver, de interpretar y de concebir el mundo, propio de quienes lo producen. Lo que se emite en la radio involucra aspectos de las experiencias individuales y colectivas. Los temas, lo que se propone, lo que se explora o se deja de explorar, los énfasis y las elaboraciones que se hacen tienen relación con el contexto de quienes producen los programas. (El'Gazi, 2000, p 19)

Aunque está claro que “una emisora de radio no es una escuela sino un medio masivo de comunicación” (Kaplún, 1992, p 67) no se puede negar que como medio puede convertirse en un referente educativo de gran impacto debido a la influencia que sus contenidos producen en el público. La historia de Colombia demuestra que la radio ha jugado un papel muy importante en el proceso de alfabetización de los ciudadanos, a través de experiencias como la de Radio Sutatenza que fue la primera emisora en desarrollar un proyecto de escuela radiofónica en América Latina. Esta iniciativa fundada en 1947 por el padre José Joaquín Salcedo tenía como objetivo generar procesos de formación no formal en el sector campesino.

La preparación de los programas involucraba a grupos de personas que correspondían a los cinco campos definidos para la formación integral: Alfabeto, Número, Salud, Economía y Trabajo, y Espiritualidad. Se diferenciaban dos niveles, uno básico de alfabetización y enseñanza de las operaciones aritméticas, que era de media hora diaria y duraba 90 horas, y otro progresivo, de educación fundamental integral, de una hora diaria que duraba dos años. La emisión de este se repetía tres veces al día. Además de difundir los conocimientos fundamentales sobre agricultura, economía doméstica, higiene y salud, se desarrollaron campañas específicas tales como Conservación del suelo, Mejoramiento de la Vivienda, Salud preventiva, Nutrición, Recreación y Procreación responsable.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Información obtenida a través de <http://www.banrepcultural.org/radio-sutatenza>

Los programas que se emitían por esta emisora eran respaldados por una serie de cartillas que permitían seguir los contenidos y por personas voluntarias que reunían a la gente para explicar y aclarar dudas relacionadas con lo que escuchaban en la radio “La clave era que la gente aprendiera a leer y a escribir hablando de los temas que le importaban más, como lo hacían las cartillas, o sea hablando de la familia, de los problemas de la finca, de la crianza, del cuidado de los niños, de los animales y es en torno a todo eso que se van aprendiendo las letras y a hacer las cuentas después de los cursos de matemáticas.” (Garrido, 2009, p 66)

El proyecto educativo liderado por Radio Sutatenza finalizó en 1994, cuando la emisora por distintas circunstancias fue clausurada y sus instalaciones pasaron a ser propiedad de la Red de Emisoras Comerciales Colombiana -Cadena Caracol-. Sin embargo, a pesar del tiempo y los nuevos modelos educativos impulsados por otras radios, el trabajo realizado por este medio de comunicación, sigue siendo un referente importante al momento de relacionar elementos como educación y comunicación.

Otra experiencia similar fue el bachillerato por radio que estuvo liderado por la Presidencia de la República e inició en 1971 por el Fondo de Capacitación Popular, entidad inscrita a Inravisión, era un programa de capacitación popular aprobado por el Ministerio de Educación que duraba una hora y se emitía por Radio Nacional de Colombia. “Cada clase duraba 10 minutos y en el lapso de una hora se dictaban cinco clases: matemáticas, inglés, ciencias naturales, ciencias sociales... el tiempo restante se dedicaba a unas cortinillas musicales que hacían las veces de recreo o de receso” (Abril E. 2010, p 20)

Pero no todas las emisoras manejan el mismo esquema o la misma propuesta que presentaban las dos experiencias anteriores, aun así, en la radio se puede ver reflejada la educación formal, no formal e informal, por ejemplo en la educación formal se presentan contenidos pedagógicos que generalmente están reforzados con materiales impresos y el monitoreo presencial de algunos maestros. En cuanto a los contenidos no formales, se ofrecen actividades educativas organizadas, pero que no están incluidas en el sistema escolar formal y abordan temas sobre salud, técnicas agrícolas, entre otras, y en la educación informal los

programas de radio incluyen contenidos y enfoques que directa o indirectamente provocan en los oyentes la adquisición de conocimientos, aptitudes y actitudes. (Prieto, Rincón & Ramos, 2008).

En realidad, se escuche con un propósito formalmente educativo o se escuche por mero placer, todo programa educa de alguna manera. Tanto como el programa educativo propiamente dicho, el anuncio publicitario que asegura que luciendo una camisa de tal marca "se triunfa en la vida", un programa cómico, una radionovela sentimental, un comentario de actualidad, una transmisión deportiva, una canción popular, constituyen también factores educativos, ya que todos influyen en la formación de valores y en las pautas de comportamiento del público. (Kaplún, 1999, p 22–23)

Educar a través de la radio es en cierta forma ayudar a mejorar la calidad de vida de los oyentes, por medio de información que les permita re-conocerse y pensarse a sí mismos y desde ese conocimiento promover la movilización y la organización social. En la radio se mezclan elementos que tienen en común la comunicación y la educación, uno de ellos es una función social que se fundamenta en la construcción de sociedades más equitativas en la que todos los ciudadanos tengan las mismas oportunidades, pero para que eso ocurra deben contribuir a la formación de ciudadanos críticos capaces de analizar y contextualizar sus propias realidades.

## CAPÍTULO IV

### 4 RADIO UNIVERSITARIA EN COLOMBIA

No todas las radios son iguales, no todas las emisoras deben sonar de la misma forma, existen aspectos que las diferencian como los contenidos, la música, la potencia o el enfoque político y social. Cada medio tiene una programación acorde con su proyecto comunicativo y busca lograr unos objetivos y, aunque como medios de comunicación cumplen -planeada o involuntariamente- con las funciones de informar, educar o entretener, no todos lo hacen bajo un mismo esquema o siguiendo unos lineamientos. Tal vez la educación no sea una de las prioridades de las emisoras en la actualidad, aun así, hay medios que están llamados a pensar y proponer un enfoque educativo que aporte a la construcción de una mejor sociedad.

La radio universitaria es uno de esos medios, entre otras cosas porque su accionar está bajo la tutela de Instituciones de Educación Superior, las cuales le prestan un servicio a la comunidad y ofrecen alternativas educativas de acuerdo a los requerimientos y necesidades del lugar donde se encuentran y tienen la misión de contribuir con la formación de personas que aporten al desarrollo social, político, cultural y económico, a la democracia y a la dignidad humana. Su “existencia se justifica en cuanto realiza una acción continua de carácter social, educativa y cultural, acercándose a todas las fuerzas vivas de la nación para estudiar sus problemas, ayudar a resolverlos y orientar adecuadamente las fuerzas colectivas” (Bernheim, 2003, p 69).

Uno de los objetivos que tienen las universidades es vincular al pueblo con los procesos de formación e investigación que realizan como instituciones, una labor difícil debido a que no todas las personas logran ingresar y ser parte de la educación superior. Por esta razón y pensando en lograr una mayor apertura se crean los programas de extensión que tienen como misión “proyectar, en la forma más amplia posible y en todas las esferas de la nación, los conocimientos, estudios e investigaciones de la universidad, para permitir a todos participar en la cultura universitaria, contribuir al desarrollo social y a la elevación del nivel espiritual, moral, intelectual y técnico del pueblo” (Bernheim, 2003, p 70).

Con los programas de extensión, la universidad trata de democratizar los procesos de educación, por medio de estrategias que les permitan impactar a las personas que no pueden acceder a sus servicios, a esos sectores de la comunidad que por diferentes motivos no tienen la posibilidad de ingresar a la educación superior, por eso se considera una forma de realizar proyección social, mediante una estrategia que busca contribuir al debate público para encontrar la solución a los problemas de interés general.

Los programas de extensión y difusión generalmente consistieron en el auspicio de conferencias, charlas, un teatro experimental, un coro, tal vez una orquesta o un conjunto de danza, un programa radial o una radio universitaria, en el mejor de los casos cursos de verano o escuelas de temporada, exposiciones, conciertos, un cineclub, quizás una editorial, etcétera. (Bernheim, 2003, p 71).

En teoría, la radio es el puente que une a la Universidad con la sociedad en general y es en la academia precisamente donde se forman los futuros profesionales, se analizan los contextos sociales, políticos, culturales y económicos, se promueven investigaciones que generan nuevos conocimientos, se reflexiona sobre identidad, educación y sociedad. En la universidad se impulsan constantemente procesos educativos y sociales, y la radio se convierte en esa herramienta que permite socializar todos esos saberes para sacarlos de un marco institucional y llevarlos a una dinámica social.

En esa medida, la radio representa una extensión de la universidad y gracias a las ventajas técnicas que tiene este medio de comunicación puede llegar a muchos lugares y hablarle a cientos de personas al mismo tiempo, es decir que todo el conocimiento que circula al interior de la universidad se puede multiplicar y expandir a través de las ondas sonoras. Por lo tanto, si hay un medio que esté llamado a pensar la educación como su eje transversal es la Radio Universitaria, que cuenta con las herramientas necesarias para proponer modelos formativos basados en la comunicación, con los cuales puede generar contenidos que realmente aporten al desarrollo humano.

#### 4.1 ASPECTOS LEGALES

Las emisoras Universitarias no sólo tienen la obligación ética y la responsabilidad social de proponer modelos educativos a través de la radio, también existe un compromiso legal que les exige manejar este enfoque. Así lo señala el Ministerio de las Tecnologías, la Información y las Comunicaciones, que es el ente encargado de controlar todos los aspectos relacionados con la reglamentación y regulación de los servicios de telecomunicaciones a nivel nacional, partiendo del artículo 2 del decreto Ley 1341 de 2009 donde se establece que “las telecomunicaciones deberán ser utilizadas como instrumentos para impulsar el desarrollo político, económico y social del país, con el objeto de elevar el nivel y la calidad de vida de los habitantes”.

El servicio de radiodifusión sonora, de acuerdo a la resolución número 00415 del 13 de abril de 2010, se clasifica en función de la gestión del servicio, el área de cubrimiento autorizada, la tecnología de transmisión utilizada y la orientación de su programación que en el ámbito nacional está dividida en radiodifusión sonora comercial, de interés público y comunitaria. Teniendo en cuenta esa división de categorías, se establece que no todas las emisoras desarrollan su trabajo de igual forma, existen muchos aspectos que marcan la diferencia entre uno y otro medio, aunque se esperaría que todas cuenten-en mayor o menor medida- con un componente educativo en su programación.

Una de las categorías en que se divide el servicio de radio es “De Interés Público” que se orienta a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Las Emisoras de Interés público se clasifican de la siguiente manera:

- Emisora de la Radio Pública Nacional de Colombia.
- Emisoras de la Fuerza Pública.
- Emisoras Territoriales.
- Emisoras Educativas
- Emisoras para atención y prevención de desastres.
- Emisoras Educativas Universitarias

Las Emisoras Educativas Universitarias tienen a su cargo la transmisión de programas de interés cultural, sin ninguna finalidad de lucro, con el objeto entre otros de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de apoyar el proyecto educativo nacional y servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Este servicio se presta a través de instituciones de educación superior, legalmente reconocidas y acreditadas institucionalmente por el Ministerio de Educación Nacional. (MinTic, 2010, p 20)

Es decir, para la radio universitaria educar no es una opción, es una obligación en la que se le exige, entre otras cosas, apoyar el proyecto educativo nacional, y aunque no hay un documento oficial donde se encuentre plasmado dicho proyecto, se podría partir tomando como base lo señalado en la Visión del Plan Nacional Decenal De Educación 2006 – 2016, que señala:

En Colombia, en 2016, dentro del marco del Estado social y democrático de derecho y de su reconocimiento constitucional como un país multicultural, pluriétnico, diverso y biodiverso, la educación es un derecho cumplido para toda la población y un bien público de calidad, garantizado en condiciones de equidad e inclusión social por el Estado, con la participación corresponsable de la sociedad y la familia en el sistema educativo. La educación es un proceso de formación integral, pertinente y articulado con los contextos local, regional, nacional e internacional que desde la cultura, los saberes, la investigación, la ciencia, la tecnología y la producción, contribuye al justo desarrollo humano, sostenible y solidario, con el fin de mejorar la calidad de vida de los colombianos, y alcanzar la paz, la reconciliación y la superación de la pobreza y la exclusión. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

En esa búsqueda por entender cuál es el proyecto educativo nacional que debe apoyar la radio Universitaria, también se puede tomar como referencia el Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018, que tiene como uno de sus pilares el tema de la Educación y se asume como el más poderoso instrumento de igualdad social y crecimiento económico en el largo plazo, con una visión orientada a cerrar brechas en acceso y calidad al sistema educativo, entre individuos, grupos poblacionales y entre regiones, acercando al país a altos estándares internacionales y logrando la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos.

Entonces, se puede decir que la educación impulsa el desarrollo social, político y económico, por eso se constituye como el principal instrumento de igualdad social y, a través de diferentes estrategias el Estado busca fortalecer procesos educativos. Una de las herramientas utilizadas para tal fin es la telecomunicación, que a través de la radiodifusión intenta, entre otras cosas, difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y fortalecer la democracia. Pero de todas las categorías que hacen parte de la radio, es a las

emisoras universitarias a las que se les ha asignado directamente la labor de apoyar y fomentar un proceso educativo, encaminado a mejorar la calidad de vida y promover la paz y la reconciliación por medio de la inclusión social.

## **4.2 RADIOS UNIVERSITARIAS, EDUCACIÓN A NIVEL SUPERIOR**

“La universidad de Antioquia fue la precursora de las radios universitarias colombianas, abriendo un camino en 1932 que continuarían muchas otras entidades educativas públicas y privadas, varias de ellas regentadas por religiosos de diversas órdenes” (Gómez, 2007, p 153) Posteriormente, en 1948 la Institución Antioqueña Pontificia Universidad Bolivariana fue la encargada de promover su propia radio institucional.

Muchas emisoras Universitarias surgieron por iniciativas particulares y respondían a diversos intereses que no necesariamente estaban relacionados con las directrices institucionales, sin embargo, algunas de ellas han logrado articularse con los lineamientos organizativos y de proyección de la Universidad a la que representan. “La idea de hacer y programar la radio en las universidades no ha sido clara. Algunas tienen emisoras por darse imagen; otras porque quieren dar un aporte cultural; otras porque quieren mejorar sus ventas y matrículas; y otras la tienen para ponerse a la altura de las demás universidades que tienen emisoras, ya que creen que eso da estatus dentro de la comunidad universitaria” (Rincón, 1997, p 1).

Independiente de la razón, cada vez son más las universidades que cuentan con una emisora. La Red de Radios Universitarias de Colombia tiene registradas 69 en todo el país, las cuales transmiten a través de AM, FM y/o web-radio y se encuentran en las tres categorías: comerciales, comunitarias y de interés público<sup>6</sup>, cada una con públicos diferentes y con una

---

<sup>6</sup> Anteriormente sólo las universidades públicas podían acceder a una licencia “de interés público” en la categoría de “Emisoras Educativas Universitarias”, las universidades privadas tenían licencias comerciales, es decir que legalmente no estaban obligadas a actuar bajo los parámetros estipulados para estos medios, pero debido a una gestión de la Red de Radios Universitarias la resolución cambio y se acordó que este servicio se prestaría “a través de instituciones de educación superior, legalmente reconocidas y acreditadas institucionalmente por el Ministerio de Educación Nacional” Artículo 60 MinTic (2010, p 20) Es decir, que no importa si la universidad es privada, si cuenta con el certificado de acreditación, puede acceder a una licencia de interés público. La categoría de la emisora (de interés público o comercial) depende de los intereses que tenga cada institución, cada tipo de licencia tiene ciertos beneficios y limitaciones que determinan su accionar y que influyen en aspectos como la sostenibilidad económica.

parrilla de programación propia que responde a las necesidades de su región, lo que implica que deben elaborar contenidos pensados en sus contextos sociales y culturales. Sin embargo, a pesar de todas las diferencias que existen entre las emisoras tienen un componente en común, la educación; ya que se supone que la misión y visión de estas radios se enmarcan en la misión global de cada universidad, las cuales tienen como principal objetivo “educar”.

El 19 de septiembre de 2003, en el Marco del Primer Encuentro Nacional de Radios Ciudadanas y Universitarias convocado por los Ministerios de Educación, Cultura y Comunicaciones, se creó la Red de Radio Universitaria Colombia –RRUC- que se constituye como una organización que agrupa, coordina y apoya propósitos encaminados a fomentar la identidad de la Radio Universitaria como una categoría específica en el contexto radiofónico nacional, así mismo busca implementar nuevos espacios de producción radial que refuercen la función social de cada institución educativa.

La Red de Radios Universitarias y por lo tanto las emisoras que hacen parte de este organismo, señalan que es muy importante manejar a través de sus contenidos un enfoque centrado en la difusión de programas de interés cultural, de ciencia y educación que estimulen el flujo de investigaciones científicas y promuevan temas como la participación, inclusión, diversidad y cultura ciudadana, buscando de esta manera el fortalecimiento de una sociedad mejor informada y educada. Algunos de sus esfuerzos están dirigidos a la construcción de nuevos espacios que refuercen una función social y en generar estrategias para divulgar y promover los valores culturales del país.

De acuerdo a los lineamientos estipulados por los medios que hacen parte de la Red de Radios Universitarias de Colombia, las emisoras universitarias para cumplir con la labor que les ha sido asignada de ofrecerle al público un enfoque educativo, como parte de su responsabilidad social, ética y legal, deben tener en cuenta en su quehacer diario algunos elementos relacionados con la difusión cultural, la divulgación académica, la proyección social y la experimentación radial. A partir de estas cuatro variables se puede evaluar el trabajo que realizan y por consiguiente el impacto que generan en la sociedad.

Es claro que la radio universitaria tiene la responsabilidad y el compromiso de generar estrategias educativas, con las que se busca socializar el conocimiento que circula en las instituciones y así aportar al bienestar social de la comunidad, lo que no está claro es la forma como debe hacerlo, pasar de la teoría a la práctica es uno de los retos que tienen estos medios de comunicación, teniendo claro que son universidades que cuentan con el apoyo de una emisora y no universidades que dictan clases a través de la emisora, en esa medida, educar se convierte en un reto que pone a prueba todos los recursos y las estrategias que brinda la comunicación. “Las emisoras universitarias tienen la función de educar como cualquier otro medio de comunicación, pero ni son un aula de clase, ni reemplazarán jamás el modelo pedagógico de una institución cualquiera que esta sea”. (J.C Prado, Comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

#### **4.3 CARACTERIZACIÓN DE LAS EMISORAS UNICAUCA ESTÉREO Y JAVERIANA ESTÉREO-CALI.**

La primera emisora Universitaria en emitir sus ondas en el sur occidente colombiano, fue la emisora de la Universidad del Cauca, seguida por la emisora Javeriana Estéreo de la ciudad de Cali, que llevan 26 y 25 años de funcionamiento respectivamente. A partir de estas experiencias han surgido nuevas propuestas radiales relacionadas con el ámbito universitario y que han logrado ganarse un espacio dentro de la audiencia.

Según los registros de la Red de Radios Universitaria, en el Valle hay cinco (5) emisoras universitarias, dos de ellas cuentan con licencias de funcionamiento otorgadas por el Ministerio de la Tecnología, la Información y las Comunicaciones, las otras tres emiten de forma virtual, pero cuentan con una parrilla de programación y se ajustan a los lineamientos estipulados para una radio universitaria.

<b>EMISORA</b>	<b>UNIVERSIDAD</b>	<b>CATEGORÍA</b>
Javeriana Estéreo 107.5 FM	Pontificia Universidad Javeriana	Comercial
Univalle Estéreo 105.3 FM	Universidad del Valle	Interés Público
Radio UNIAJC www.uniajc.edu.co	Institución Universitaria Antonio José Camacho	Virtual Pública

Onda UAO www.ondauao.co	Universidad Autónoma de Occidente	Virtual Privada
La Radio USC http://www.usc.edu.co/plataformainteractiva	Universidad Santiago de Cali	Virtual Privada

En el Cauca sólo aparece registrada en la base de datos de la Red de Radios Universitarias la emisora de la Universidad del Cauca, la cual emite desde Popayán y se espera que a partir del 2017 empiece a emitir en una nueva frecuencia desde Santander de Quilichao. Pero en el año 2016 empezó a funcionar la emisora de la Corporación Universitaria Autónoma, la cual hasta el momento tiene una programación netamente musical.

EMISORA	UNIVERSIDAD	CATEGORÍA
Unicauca Estéreo 104.1 FM	Universidad del Cauca	Interés Público
Uniautónoma 97.1 FM	Universidad Autónoma del Cauca	Interés Público

#### **4.3.1 Emisora Javeriana Estéreo -Cali- “Un vehículo de comunicación para proyectar una imagen de la universidad”**

En noviembre de 1992 se inauguró la emisora Universitaria Javeriana Estéreo – Cali, con una licencia comercial adjudicada al Instituto de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Javeriana, que es un centro de investigación social, adscrito a la compañía de Jesús en Cali. Con la frecuencia 107.5 FM empezó a emitir una parrilla inicial de programación que se basaba en los lineamientos propuestos por el padre Raúl Posada, quien en ese entonces era el Vicerrector de la seccional.

En sus inicios se presentaron algunos debates internos, ya que la emisora no representaba un proyecto académico, sin embargo, era necesario invertir recursos económicos de la universidad para garantizar su funcionamiento, al menos mientras lograba convertirse en un medio autosostenible, pero el padre Raúl defendió su propuesta presentando a la emisora como el vehículo de comunicación que se encargaría de proyectar la imagen de la universidad. “Él decía que una cosa era el aula y otra la emisora, que tenía un impacto social más grande porque llegaba

a más personas, el padre sabía que en las aulas le llegaban a tantos estudiantes, pero con la emisora se aumentaba la cifra” (R. Gómez comunicación personal, 22 de junio de 2016)

Desde sus inicios, las personas encargadas de la emisora tenían claro que no querían seguir un modelo similar al propuesto por Radio Sutatenza, porque su programación no tenía una orientación campesina, además el transmisor y su potencia limitaban la señal, por lo tanto no cubrirían un entorno rural. Tampoco querían una programación completamente musical, ni darle un enfoque doctrinario donde los curas se tomaran la palabra, teniendo en cuenta que hacían parte de una universidad religiosa y muchos de ellos se sentían con derechos sobre la emisora.

Javeriana Estéreo en sus inicios fue pensada como una alternativa distinta a la oferta radial que había en Cali, que en su mayoría eran emisoras enfocadas en determinados géneros musicales: salsa, balada romántica, adulto contemporáneo, entre otras. Por eso se decidió plantear una emisora no especializada pero sí de especialidades, que recogiera distintos enfoques culturales, musicales y temáticos y se emitieran en franjas estructuradas por horarios de acuerdo a los públicos, “fue la primera emisora en FM que se atrevió a proponer una programación mixta, con franjas especializadas en diversos estilos musicales y no con un estilo único de programación” (Gómez Concha, 2007, p 154).

A las seis de la mañana arrancaba música Colombiana hasta las siete, luego de siete a nueve seguía un magazín que era una especie de informativo en el que se mezclaba música y la línea que más predominaba era adulto contemporáneo, música para ejecutivos jóvenes, música reconocida de los años 70 y 80 de la parte americana, pero con unas franjas programáticas que incluían música colombiana, Colombia sus costas y su música, Jazz, clásicos de la música sinfónica, música caribeña -porque el programador en ese momento era barranquillero-, música de la nueva era, música de las distintas franjas del rock – rock en español, rock heavy metal, rock clásico- Y así se fueron diseñando varias franjas en el día que permitían crear un hábito en el oyente que si quería escuchar determinado tipo de música ya sabía el horario en que la podía sintonizar.( Gómez ,2016)

Actualmente la parrilla la define el Comité de Programación basándose en el proyecto comunicativo de la emisora y pensando en el público objetivo que está conformado por Jóvenes estudiantes de colegios y universidades entre 15 y 25 años y profesionales de 25 años en adelante, en su mayoría personas de estratos tres, cuatro y cinco que pueden financiar una educación privada.

Javeriana Estéreo- Cali tiene como finalidad la difusión de la cultura en sus distintas modalidades en coherencia con el proyecto educativo de la universidad, en el cual se le da gran importancia al pluralismo ideológico y al ecumenismo religioso, sin embargo:

Una cosa es hacer parte de una universidad confesional que lo dice abiertamente desde la primera palabra de su nombre, es una universidad pontificia, eso no es secreto para nadie; otra cosa muy distinta es pretender que todos los que vengan acá tengan que ser católicos, apostólicos y romanos. Eso en la Universidad se respeta profundamente, alguna vez el rector dijo una frase que resume el deseo de la universidad: “yo quiero que si aquí entran musulmanes o judíos o de cualquier otra religión, quiero que cuando salgan de aquí sean mejores musulmanes, mejores judíos y mejores personas” y esa es la mejor decisión que hay, que no es doctrinaria, nuestro objetivo es crear un mundo mejor. Nosotros somos confesionales pero no doctrinarios y es ahí donde está la diferencia con otras universidades católicas, y eso también se aplica en la emisora. (J.C Prado, comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

Como medio de comunicación busca contribuir al cumplimiento de la misión de la Universidad, la cual se propone, entre otras cosas “la creación y desarrollo de conocimiento y de cultura en una perspectiva crítica e innovadora, para el logro de una sociedad justa, sostenible, incluyente, democrática, solidaria y respetuosa de la dignidad humana”, de igual forma busca “la instauración de una sociedad más civilizada, más culta y más justa, inspirada por los valores que proclama el evangelio...” También es importante señalar que como uno de los principios de la compañía de Jesús es “divulgar los conocimientos que desenmascaran prejuicios sociales y discriminaciones, tomar parte en los debates públicos e influir en los ámbitos de decisión con rigor y empeño en favor del bien común”. (Javeriana Estéreo Cali., s.f.)

Para lograr respaldar a la universidad en su proyecto educativo y en su Misión, la emisora se apoya en los objetivos específicos que se basan en informar desde la contextualización de los hechos, recrear a través de espacios donde los jóvenes se puedan expresar, construir opinión desde el respeto a las diferentes opiniones y en especial, educar, que como medio universitario es una de sus prioridades, haciendo referencia a:

Contribuir al reconocimiento de los valores que hacen posible el desarrollo armónico de todas las dimensiones de las personas, de modo que pueda tomar decisiones responsables para su propia realización y el servicio a la sociedad. Propiciar la toma de conciencia de la ciudad como espacio ético y estético de convivencia y realización humana., Promover la idea de que el estudio y la investigación son formas de realización personal y de incidencia positiva en el desarrollo social. (Javeriana Estéreo Cali., s.f.)

En la práctica lo que hace la emisora para cumplir con sus objetivos y respaldar el proyecto comunicativo y el educativo, es presentar programas que tengan como referencia o

punto de partida lo que se hace en la universidad, en cuanto a investigación, docencia y servicio, entonces por ejemplo, desde la investigación todo nuevo conocimiento que se genera se trata de volver un producto radial de consumo masivo, teniendo en cuenta que la emisora es uno de los principales medios de difusión que tiene la Universidad. Todo ese esfuerzo permite por un lado mostrar lo que la Javeriana está haciendo y su aporte a nivel educativo y al desarrollo social y por otro lado, al dar a conocer esa información ayuda a que de una u otra forma transforme a la sociedad de una manera positiva.

La emisora no puede ser el escenario para decir lo bueno que yo soy como universidad, sino que mi contenido debería llevar a la gente a concluir que esta universidad está cumpliendo una función social, es un medio de rendición de cuentas hacia la sociedad, no se busca autopromocionarse sino rendir cuentas, demostrar que la educación que imparte está rindiendo frutos, pero primero la información que se da debe ser verídica, no se trata simplemente de decir por decir, mire lo bueno que soy yo, sino mostrarle para qué sirvo y después de eso los oyentes deducen que es una buena universidad pues bienvenido” (J.C Prado, Comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

De esta forma, la emisora se considera una estrategia dentro de la política de responsabilidad social de la universidad, que se encuentra en el área de desarrollo denominada compromiso con el entorno, y se constituye en un “elemento esencial de su propuesta de formación hacia una búsqueda de soluciones a los problemas que padece la sociedad en la perspectiva de desarrollo sostenible”. “Las universidades deberán estructural un proyecto de promoción social para la construcción y transmisión de saberes responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsables” (Pontificia Universidad Javeriana, 2007, p 7)

#### **4.3.1.1 Modelo educativo Javeriana Estéreo –Cali-**

Teniendo en cuenta el proyecto comunicativo de la emisora, el proyecto educativo y la misión de la Universidad, se puede resumir que la emisora Javeriana Estéreo – Cali- hace parte de una política de responsabilidad social, a través de la cual se pretende contribuir a la construcción y transmisión de saberes responsables y buscar soluciones a los problemas sociales. Dentro de sus objetivos se encuentran informar, recrear, formar opinión pública y educar sobre temas que le permitan a la gente conocer su entorno y actuar responsablemente sobre él.

El componente educativo de la emisora se ajusta a la misión y a los objetivos de la universidad enfocados en lograr una sociedad justa, sostenible, incluyente, democrática, solidaria

y respetuosa de la dignidad humana, por lo tanto la programación de la emisora debe estar enfocada en promover temas de actualidad, de importancia para el contexto local y regional, desde una visión crítica pero responsable para que los oyentes puedan apropiarse de la temática y actuar de acuerdo a sus propias reflexiones.

Es importante mencionar que aunque se habla de una proyección social enfocada en servir a los demás, el público al que se dirige la emisora pertenece a estratos que tienen mayor acceso a fuentes de información y a canales de educación, sin embargo, esto no le resta valor a su función y a su trabajo.

En el deber ser de la emisora se puede pensar que contribuye a mejorar la calidad de vida en la medida que brinda herramientas para conocer el contexto, promueve valores sociales y genera espacios de reflexión y análisis sobre la realidad local y regional.

#### **4.3.2 Emisora Unicauca Estéreo 104.1 “El Universo Sonoro de las Culturas”**

El 28 de marzo de 1991 fue inaugurada la emisora Radio Universidad del Cauca con una licencia de interés público, que quedó bajo la coordinación de la Vicerrectoría de Cultura y Bienestar de la Universidad del Cauca, pero años más tarde pasó a depender de la rectoría. Con la Frecuencia 104.1 Fm, empezó, a partir de mayo de ese mismo año, a emitir una programación que cubría 12 horas diarias de lunes a viernes y cuatro horas los fines de semana. En 1995 la parrilla de programación pasó a cubrir las 24 horas del día, con diez horas de emisión en vivo.

En sus inicios la programación se basó principalmente en espacios musicales “se pensó en la audiencia como un público selecto, al cual se pretendía llegar por medio de una propuesta diferente ante la oferta de música comercial y de programas de contenido periodístico que había en el departamento”( Campo y Solarte, 2006 p. 23). Por eso gran parte del contenido estaba dedicado a difundir la música clásica, folklórica y colombiana que se encargó de marcar la identidad de la emisora.

En el año 2001, pensando la emisora como un espacio para construir permanentemente cultura universitaria, cultura del desarrollo regional y en aras a conmemorar los diez años de estar al aire, se transformó la carta de programación, organizándola por franjas y públicos de diversa índole, gracias a la conformación de colectivos radiales integrados por estudiantes, docentes, administrativos y colaboradores externos. Igualmente, se

diversificaron las franjas musicales incluyendo programas de diferentes géneros, además de la ya tradicional música clásica y colombiana. (Unicauca Estéreo, s.f.)

En la actualidad Unicauca Estéreo cuenta con veintidós colectivos de trabajo externos y cinco productores de planta. Los programas que se emiten por la emisora son seleccionados por los integrantes de la Junta de Programación, para lo cual solicitan un documento escrito donde expongan los principales puntos de la propuesta y un audio piloto que les permita evaluar la estructura radial. Lo que buscan es ofrecer un contenido variado que se pueda ajustar en cierta forma a las necesidades de un público segmentado que abarca diferentes edades y condiciones sociales, aunque la mayoría de producciones señala como público objetivo a personas de estratos uno, dos y tres.

La razón de ser de la universidad es la formación y la proyección social, así que con nuestros programas nosotros tratamos que las diferentes dependencias tengan espacios y se proyecten, como lo hacen la Facultad de Derecho, Agropecuarias, Salud, Ciencias Humanas, que tienen o han tenido espacios radiales, todos pueden hacer programas que enseñen y le aporten a los oyentes. De las nueve facultades sólo hay como tres que están representadas, entonces ese es un trabajo de tocar puertas de explicar los beneficios que puede tener para las facultades el tener un espacio radial y todo eso. (A. Córdoba, comunicación personal, 28 de abril de 2016)

En la programación que emiten buscan incluir programas dirigidos a diferentes tipos de público, como amas de casa, población rural, jóvenes, niños, profesionales, por eso incluyen programas de salud, derecho, deporte, agricultura, eventos culturales, información general y una amplia oferta de géneros musicales que de acuerdo a su criterio “permiten consolidar una programación universitaria, de interés público y enfocada a la diversidad de la región y el país.” (Manual de Estilo Unicauca Estéreo, s.f. p 3)

La parrilla de programación de la emisora está construida por franjas, entonces en la mañana tenemos programas de contenido, luego franjas musicales y hemos buscado que las franjas tengan rítmicamente un ascenso, empezamos con Conexión Jazz, luego baladas, luego música de descanso y en la tarde está la franja juvenil. Creemos que en la mañana es más el público de amas de casa y por la tarde son más los jóvenes que se conectan a la radio. Lo mismo pasa con los programas de contenido, lo meramente informativo va en la mañana, programas como Ciudad Feliz, que habla de valores, convivencia, construcción de ciudadanía, teniendo en cuenta los públicos a los que se quiere llegar. (F. Urrea, comunicación personal, 26 de abril de 2016)

La Universidad del Cauca cuenta con un plan de medios que tiene el propósito de generar dinámicas y procesos de comunicación que coadyuven permanentemente en la construcción y socialización del proyecto educativo y el Plan de Desarrollo Institucional a fin de lograr que los

saberes universitarios que constituyen su principal patrimonio cultural dialoguen y atiendan las necesidades de los diversos contextos. Estrategia en la cual se inserta el trabajo realizado por la radio Universitaria.

Por un lado la emisora siempre ha estado enrutada en el proceso educativo de la universidad, de ahí se desprende su filosofía y gran parte de sus políticas. Nosotros lo que hacíamos era bajar un poco las políticas de comunicación que se construyen desde las directrices universitarias y lo que estaba relacionado con los medios de comunicación las íbamos aterrizando en la emisora, en esa forma hay una articulación con el proyecto de universidad. (C.A. Valencia, comunicación personal, 14 de febrero de 2017)

En esa medida, la emisora puede ser una herramienta para fortalecer la misión educativa que tiene la Universidad del Cauca como institución de educación superior, por eso su principal objetivo es la difusión de conocimiento y con su trabajo pretende convertirse en un canal para colaborar en la formación de una sociedad mejor educada e informada. Su quehacer está enfocado en apoyar el proyecto educativo institucional, con una parrilla de programación orientada al proceso de formación de audiencias.

La misión y la visión de la Universidad del Cauca se ve perfilada a través del medio de comunicación, yo he considerado que es la ventana abierta de la misma universidad, de hecho cuando uno mira su propia programación se refleja esa diversidad y la idea es que a través de los colectivos radiales y esos grupos de trabajo se socialice ese saber que se alberga al interior de la universidad y se canalice a través de la radio. (A. Córdoba, comunicación personal, 28 de abril de 2016)

La emisora y los demás medios universitarios se ubican dentro del Plan de Desarrollo institucional como un eje estratégico de compromiso regional, con el enfoque de extensión o proyección social que relaciona la universidad con el entorno y establece que se debe mantener una relación con ese entorno social y mantener una influencia positiva, de esa forma se consideran instrumentos esenciales para desarrollar y apoyar las políticas de comunicación, en articulación con la misión de la universidad, la cual señala que:

Es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa: La universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno. La U del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica y la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social. (Universidad del Cauca, 2013)

En el año 2013, como parte del proyecto de regionalización de la Universidad del Cauca, en el que se busca aumentar la cobertura académica, las investigaciones y la proyección social en

el departamento y así mejorar la calidad de vida de la población del Norte del Cauca y reafirmar su identidad cultural e histórica, se realizó la gestión ante el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para obtener una licencia de servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público, en el municipio de Santander de Quilichao. El 25 de agosto de 2014, se dio viabilidad al proyecto y se espera que en el año 2017 empiece a funcionar la emisora “Unicauca Estéreo 93.6 FM Santander de Quilichao”, la cual tendrá los mismos objetivos y lineamientos y realizará un trabajo similar a lo que se hace en Popayán.

#### **4.3.2.1 Modelo Educativo Unicauca Estéreo**

El enfoque educativo que tiene la emisora de la Universidad del Cauca se establece teniendo en cuenta los documentos que rigen su funcionamiento, es decir, el manual de estilo, el proyecto comunicativo de la universidad y el plan de desarrollo Institucional que contiene la Misión y la Visión Universitaria. En cierta forma todos estos lineamientos se unen para determinar cuál es el deber ser de la radio Universitaria de acuerdo a sus objetivos, intereses y proyecciones.

En esa medida, la emisora Unicauca Estéreo, se considera una estrategias de proyección social y desde su concepción está pensada con un enfoque educativo y de formación social que se ajusta a la misión de la universidad en la medida en que busca extender y divulgar los saberes académicos aterrizados en las necesidades del contexto local, para promover el desarrollo social basado en educación crítica, responsable, ética, pertinente y comprometida con la sociedad. La emisora pretende contribuir a mejorar la calidad de vida de la audiencia a través de contenidos pertinentes pensados en satisfacer las necesidades informativas del contexto regional para lograr un bienestar social entre la comunidad y su entorno.

## **CAPÍTULO V**

### **5 LA RADIO UNIVERSITARIA ¿UN MEDIO DE EDUCACIÓN?**

Los medios de comunicación generan procesos relacionados con la educación, eso es algo que ya está claro, de forma planeada o de manera improvisada pero lo hacen. La radio a través de su quehacer diario presenta un enfoque educativo que se inserta dentro del modelo no formal o informal, eso depende de los objetivos y la línea temática que maneje cada emisora, porque seguramente una radio con enfoque comercial no va a desempeñar el mismo trabajo que una radio comunitaria o de Interés público y no se trata de decir que una categoría es mejor que la otra, simplemente son diferentes.

La radio universitaria por una responsabilidad institucional, ética y legal, tiene el compromiso de presentar una propuesta comunicativa que tenga como línea transversal un enfoque educativo, a través del cual esperan realizar un trabajo de proyección social que contribuya a mejorar las condiciones de vida del contexto en el que tienen influencia. Pero ¿qué elementos o qué componentes de la radio son los que determinan si efectivamente ese medio está pensando en ser una alternativa educativa?

#### **5.1 PROGRAMACIÓN DE LA RADIO UNIVERSITARIA.**

¿Qué programación se debe presentar en una Emisora Universitaria que tiene una línea educativa y su objetivo es contribuir en la formación de la audiencia y realizar una proyección social? Tal vez la respuesta incluye abordar temas relacionados con el conocimiento que se produce al interior de la institución educativa que representa y cuya implementación puede contribuir de una u otra forma a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Así mismo, es necesario que refleje un panorama social, académico y cultural que no se escuche en los demás medios y a la vez se priorice en las voces, sonidos y músicas de su región.

Muchas radios universitarias proyectan su programación por franjas (musical, informativa, educativa, de opinión) o por públicos (infantil, jóvenes, adultos, amas de casa, profesionales), esto les da la posibilidad de ofrecer una variedad de contenidos y formas de abordar la información. Aunque no hay unos parámetros establecidos que determinen qué hace de un

proyecto comunicativo un medio con enfoque educativo, se debe tener en cuenta que “si una radio se propone como “educativa” asumirá frente a sus destinatarios el rol de quien enseña y tratará de indicar, cada vez que le sea posible hacerlo, la utilidad de los contenidos transmitidos” (Mata y Scarafia, 1993, p 93)

### 5.1.1 Unicauca Estéreo.

De acuerdo al manual de estilo de la emisora que es el documento base dónde se encuentran los lineamientos que enmarcan su trabajo, “la parrilla de programación de Unicauca Estéreo tendrá diversas temáticas que posibiliten el diálogo de las diferentes culturas y la construcción de manera argumentada de nuevos valores y saberes”. (Manual de Estilo Unicauca Estéreo, s.f., p 5) Esto se debe ver reflejado en sus contenidos, o mejor dicho, se debe escuchar en sus programas, los cuales son en su mayoría musicales y en menor medida pero con un porcentaje importante, programas de contenido que van dirigidos a toda clase de públicos.

Número de programas de Unicauca Estéreo: 49

<b>Tipo de programa</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Programas de contenido	18	36.73%
Programas de género musical	31	63.26%

Gran parte de la parrilla de programación de Unicauca Estéreo es musical, en la cual le ofrece al oyente una amplia variedad de géneros, entre los que se encuentran: música clásica, rock, jazz, tango, baladas, boleros, salsa, antillana, reggae, música colombiana, andina, canción social y otras. Es de resaltar que al inicio de la emisora la emisión se limitaba a programas de música clásica o estilizada, lo cual creó un imaginario en el público que la sigue catalogando dentro de ese género, pero el cambio de enfoque y de directiva posibilitó que se incluyeran nuevas propuestas pensando en abarcar diferentes públicos.

En cuanto a los programas de contenido, que son aquellos que abordan temas específicos o le brindan al público algún tipo de información, la emisora también presenta una variedad que incluye producciones de salud, bienestar, agricultura, derecho, agenda cultural, información de

actualidad local e institucional, deportes, cine, entre otros. Muchos de esos programas son realizados por colectivos externos que se vincularon a la emisora en representación de una Facultad, un programa académico o por iniciativa propia.

Nosotros viendo nuestra carta de programación tratamos de analizar qué tenemos, y a través de convocatorias buscamos lo que falta, programas que no tenemos en nuestra parrilla de programación, de pronto un programa infantil o un programa de humor, de diversidad, de género, de patrimonio. En fin, son muchas las temáticas que hacen falta, entonces hacemos una convocatoria y esperamos que se presenten colectivos para que cubran esos espacios. (A. Córdoba, comunicación personal, 28 de abril de 2016)

La programación también incluye programas especiales que entran a la parrilla en los días festivos o en ocasiones importantes y por un tiempo limitado, un ejemplo de esto es el espacio radial *Gobierno y ciudadanía: haciendo público lo público*, que se emite durante una coyuntura electoral con el objetivo de hacer pedagogía en torno a temas relacionados con participación, democracia, elecciones y todo lo que involucre a los ciudadanos del común en este tipo de procesos. Otros espacios son los *Foros Radiales* que abordan temáticas coyunturales que se consideran importantes para la universidad, la ciudad o la región.

Los Foros los hacemos en el estudio y traemos invitados que representan diferentes puntos de vista o diferentes organizaciones, la ciudadanía puede participar, aunque generalmente previo al foro se hace un voz populi en donde la gente opina del tema, y siempre alguno de los expertos invitados tiene que ser de la universidad para que le pueda aportar esa mirada académica. (F. Urrea, comunicación personal, 26 de abril de 2016)

La emisora dentro de la Universidad del Cauca se maneja como una dependencia más a nivel institucional. Lo que implica, entre otras cosas, que no haya una continuidad en el trabajo de producción y que se afecte la parrilla de programación, porque en periodos como mitad o final de año o Semana Santa, los funcionarios que trabajan ahí tienen vacaciones, por tal razón salen del aire algunos programas que son remplazados por suplementos musicales y otros repiten un contenido que ya se ha emitido previamente.

Ese es un aspecto que hemos tratado de mejorar, pero no es posible porque se necesitaría presupuesto para que haya personal encargado de sostener la programación, uno no puede ir en contra de los derechos de las personas que trabajan aquí y ellas tiene derecho a vacaciones y a descansar, por eso en vacaciones la dinámica de la emisora cambia totalmente y eso va en detrimento de los oyentes. Cambia la programación, se vuelve más musical, algunos programas de contenido se repiten porque otra de las dificultades es que los colectivos de producción se

conforman por semestre, entonces los grupos duran cinco meses y luego se van y nos dejan abandonada la parrilla y ha sido difícil hacerles entender que ellos están comprometidos con el oyente a quienes les interesa que el programa que siguen a través de nuestra frecuencia este ahí en el horario en que acostumbra escucharlo. (A. Córdoba, comunicación personal, 28 de abril de 2016)

### 5.1.2 Javeriana Estéreo - Cali

El manual de estilo señala que en su programación se debe “velar para que los contenidos no sean racistas ni utilicen lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con raza o grupo étnico alguno (...) Promover la pluralidad con espacios que presenten nuevas propuestas musicales, culturales y temáticas, o nuevas visiones de culturas, músicas y temáticas tradicionales... Estimular la divulgación de programas destinados a la protección del medio ambiente y de la salud” (Javeriana Estéreo Cali. s.f. p 3 y 4) Tarea que los productores radiales realizan por medio de una programación musical y unos cuantos programas de contenidos que se emiten principalmente los fines de semana.

Desde el punto de vista de la programación, la Emisora debe contribuir a posicionar a la Universidad como una institución con alta calidad académica, en concordancia con la Acreditación Institucional de Alta Calidad, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia... Incluye programas de contextualización aprobados por la Dirección de la Emisora, emitiendo música moderna de rock y pop en español y otros idiomas, mezclando novedades con éxitos comprobados de todas las épocas. (Javeriana Estéreo Cali. 2013, p 4)

La mayoría de programación que presenta la emisora está dedicada a la emisión de música, tienen un estilo bien definido que se soporta en la música anglo que marca la tendencia en ese momento, aunque en menor medida también le dan espacio a otros géneros, como la música colombiana, salsa o jazz. En los programas de contenido, aunque son pocos, se puede encontrar producciones relacionadas con salud, investigación, educación, idiomas, información de actualidad, y aunque no son un medio doctrinario si tienen asignado un espacio para emitir la homilía dominical.

El Comité de Programación de la emisora es quien se encarga de seleccionar los programas que van dentro de la parrilla, teniendo como base el proyecto comunicativo y algunos otros criterios que evalúan si la propuesta le suma a sus contenidos o representa algo innovador,

“la radio es como que cambia pero no tanto, porque la gente sigue buscando en la radio lo tradicional, la compañía. Eso y estar indagando cómo se está consumiendo el contenido de la emisora es lo que se debe hacer para proyectar la programación” (J.C Prado, comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

A diferencia de lo que ocurre con la emisora de la Universidad del Cauca, Javeriana Estéreo no interrumpe su programación por el periodo de vacaciones. A pesar de hacer parte de una institución académica que trabaja por semestres, la emisora maneja unas dinámicas diferentes que le permiten seguir funcionando de una forma normal. “La emisora no para, siempre tratamos de tener programas pregrabados en nevera, para el caso en que los profesores no están, los podamos utilizar y la emisora sigue al aire todos los días y a toda hora”. (J.C Prado, Comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

### **5.1.3 Análisis de la programación que presentan las dos emisoras universitarias.**

La radio universitaria y en este caso las dos emisoras que hacen parte del análisis, Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo - Cali, se presentan como estrategias de proyección social que buscan contribuir de alguna forma a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, para lo cual utilizan los recursos que tienen como medios de comunicación, es decir, su programación y sus contenidos, a través de los cuales pueden aterrizar todos sus objetivos que son: transmitir saberes ancestrales y académicos, promover valores, facilitar el conocimiento y el análisis de la realidad social, difundir la cultura y reforzar la identidad.

Cada una de estas emisoras presenta una parrilla de programación, que con diversos contenidos busca dar cumplimiento a sus funciones. Aunque las dos, en la mayoría del tiempo emiten programas musicales -y en el caso de la Javeriana presenta una fuerte inclinación hacia la música anglo que no tiene nada que ver con la identidad del contexto en el que emite-, le ofrecen a los oyentes alternativas y una programación variada, con ritmos, géneros y artistas, que abarcan diversas propuestas (jazz, clásica, rock, colombiana, andina, salsa, reggae, boleros...) esto permite que la audiencia pueda elegir y conocer a través de la música nuevas culturas y otras formas de entender y narrar el mundo.

La emisora universitaria debería ser el puente que une la institución educativa y la sociedad, un medio para dar a conocer todo el conocimiento que circula en las aulas y en los laboratorios, una forma de acercarse a la comunidad y ofrecerle otra perspectiva de la realidad que habita, en esa medida los programas de contenido que ofrecen Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo, se convierten en alternativas temáticas para intercambiar saberes. Al presentar producciones radiales relacionadas con la ciencia y la investigación, la salud, el derecho, la tecnología, la educación, entre otros, están propiciando un acercamiento entre la institucionalidad y la sociedad.

Entonces, se puede decir que en cuanto a contenidos las radios universitarias ofrecen una gran variedad de propuestas, que se ajusta a sus objetivos y están dentro de su propuesta comunicativa. Las ofertas temáticas que presentan estas emisoras demuestran que al menos estructuralmente sí han pensado en un componente educativo en el que se les brinde a los oyentes información de interés que se gesta al interior de la universidad.

## **5.2 REALIZADORES RADIALES**

Son muchos los elementos que se requieren para producir un programa radial: seleccionar el tema, realizar la investigación, consultar y verificar fuentes, grabar entrevistas, buscar música y efectos de sonido -en caso de ser necesario-, elaborar el libreto o guión, hacer la producción y la edición, para que finalmente pueda salir al aire. Es un arduo trabajo que requiere compromiso, dedicación y hasta cierto punto, un gusto por el medio. Por eso, quienes producen los programas juegan un papel muy importante al momento de determinar el enfoque que presenta una radio.

Las emisoras universitarias generalmente cuentan con personal de planta que se encarga de sostener la programación. Pero también tienen el apoyo de personas externas a la radio que realizan programas o colaboran en la producción de algunos espacios radiales; en este caso se habla de docentes, estudiantes de pregrado o posgrados, directivas, funcionarios, administrativos o egresados de la misma Universidad, quienes se vinculan por un interés personal o por dar

cumplimiento a una solicitud institucional, en caso de que el programa represente a una facultad o programa académico.

De acuerdo al manual de estilo de las radios universitarias, para la realización de los programas se debe conformar un equipo de producción integrado por un redactor o coordinador de programa, que es el encargado, entre otras cosas de seleccionar los contenidos, labor en la que se apoya con el productor, quién además define el enfoque que se le debe dar a la información, y por último está el presentador. En la práctica, salvo contadas excepciones, ese modelo no se cumple, y es una o dos personas las que se encargan de realizar todo el trabajo: seleccionan el tema, lo investigan y lo exponen al público a través de la radio.

En el caso de Unicauca Estéreo, la emisora cuenta con 22 colectivos radiales externos, que se encargan de realizar varios de los programas – tanto de contenido como musicales- que salen al aire. Los requisitos para ser parte de este medio de comunicación son pertenecer a cualquier estamento de la universidad y hace varios años se les dio oportunidad a los egresados, así que cualquier persona que tenga un vínculo con la institución ya sea como docente, estudiante, egresado, administrativo o jubilado, puede presentar una propuesta de producción radial.

La mayoría de programas son realizados por docentes expertos en el área que abordan en los espacios radiales, por ejemplo, *Semillas* es liderado por ingenieros de la Facultad de Ciencias Agropecuarias; *Crianza Feliz* es realizado por un profesor del departamento de pediatría en la Facultad de Ciencias de la Salud, quien a su vez es el encargado del área de pediatría social; *Amor a la Salud* está a cargo de una docente del programa de Fisioterapia; *Consultorio Jurídico* es producido por un abogado y docente de la Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, adscrito al Departamento de Derecho Penal.

Con los programas musicales ocurre lo mismo, generalmente los realizadores son docentes o estudiantes que conocen muy bien los géneros que comparten con los oyentes, en algunos casos son músicos, coleccionistas o expertos en el tema. Una de las ventajas que tienen sus producciones es que abordan, en su mayoría, un género musical por programa, que puede ser clásica, jazz, rock, salsa, boleros, andina o colombiana, esto hace que se facilite la investigación

y el conocimiento temático y también garantiza que le ofrezcan a los oyentes un contenido diferente, variado y alternativo a lo que tal vez escuchen en otras emisoras locales o nacionales.

Algunos de los docentes que participan en los espacios radiales obtienen puntos en el escalafón porque presentan los programas como producción intelectual. Teniendo en cuenta que hacer radio requiere tiempo, esfuerzo, constancia y dedicación, muchos de ellos tienen asignadas dos horas semanales para que las dediquen a realizar ese trabajo, como a veces el tiempo no es suficiente para todo lo que se necesita hacer, buscan apoyo en sus estudiantes, los cuales colaboran para obtener puntos en alguna materia, aprender a relacionarse con los medios de comunicación o porque conocen bien la temática y les interesa demostrar su conocimiento.

En el caso de la emisora Javeriana Estéreo, aunque no tienen tantos colectivos externos como Unicauca, sí cuentan con el apoyo de docentes e investigadores expertos en sus áreas, lo que se ve reflejado en programas como *Amor a la Salud*, auspiciado por la Facultad de Salud y realizado por uno de los docentes; *Ingenium* a cargo de la Facultad de Ingeniería en el que participan varios profesores, quienes incluso cuentan con posdoctorados; *Los Colegios Cuentan* y *Sintonía Javeriana* producidos por un docente y estudiantes de comunicación Social.

Gran parte de su programación es musical, aunque no tienen un género específico se podría decir que prevalece la música moderna, el rock y la americana, y hay una persona encargada de realizar la selección y emitirla, quien tiene conocimientos del tema y debe estar informado y actualizado al respecto. Otras producciones más específicas, como *Vivir Cantando* cuyo contenido se basa en la música colombiana, estuvo a cargo de Gustavo Adolfo Renjifo gran conocedor y experto en este género.

Desde que empezó a funcionar la emisora, muchas personas, entre docentes, administrativos e incluso estudiantes se han acercado para pedir un espacio radial, sin embargo, el interés decae cuando se les solicita un proyecto bien estructurado, un programa piloto que refleje la propuesta y una planeación para cincuenta y dos semanas de producción, eso ha hecho que muchos desistan de su interés por la radio. “Sostener un programa es cuestión de amor y

disciplina, hay que estar ahí, pase lo que pase a la hora que sea, eso no se detiene” (J.C Prado, Comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

Uno de los aspectos que señalan las dos emisoras es la falta de personal de planta que se encargue de apoyar el tema de producción, por eso en ambos casos resaltan el papel y la colaboración realizada por los colectivos y personas externas que ponen sus conocimientos conceptuales y algunas veces técnicos al servicio de la radio, esto permite que le puedan ofrecer a los oyentes algunas alternativas temáticas y así cumplir con los objetivos que apuntan a promover la educación y la proyección social a través de temas de interés para la comunidad.

En Unicauca Estéreo son seis personas que deben responder por 24 horas diarias de programación, si no fuera por la colaboración y el aporte que hacen los colectivos radiales esto sería más difícil, porque realmente sostener una parrilla es un poco complicado. Si se quiere presentar una parrilla de programación con todas las exigencias, que se vea reflejada la diversidad y que la universidad proyecte todo su conocimiento, necesariamente debe contratar personas especializadas para poder hacer ese tipo de programas. (A. Córdoba, comunicación personal, 28 de abril de 2016)

En Javeriana Estéreo sólo somos tres personas en la emisora, no tenemos unidad móvil, no tenemos personal para hacer reportería. Para abordar los temas coyunturales están las grandes emisoras que pueden cubrir todo el país de manera inmediata, ellos dan la noticia, lo que nosotros podemos hacer con nuestros recursos es darle más contexto a la información desde lo que tenemos que son docentes, investigadores, trabajos de grado, estudiantes que se han preparado en un tema específico y nos encargamos de hacer un análisis más profundo. (J.C Prado, Comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

Ya sea personal de planta o colabores externos, la Radio Universitaria cuenta con realizadores radiales que garantizan un saber conceptual y práctico de los temas que abordan en sus producciones. Es decir, que si para considerarse como un medio educativo se tiene en cuenta el perfil y el conocimiento que demuestran las personas que hacen programas, sin duda, este tipo de emisoras cumplen con este requisito. Los productores radiales representan un componente educativo dentro de estas radios, su trabajo facilita la transmisión de saberes de otro modo, su conocimiento es puesto al servicio del público y es justo ahí donde los medios universitarios pueden marcar la diferencia frente a otras propuestas de comunicación.

Según el tipo de programas y las necesidades del contexto, el enunciador desarrollará diversos procedimientos encaminados a legitimarse, ya sea desde su capacitación profesional y/o técnica, su conocimiento vivencial directo de los temas que aborda, los derechos que le asisten, la

representatividad que le otorga el éxito, su tradición o sus títulos universitarios. (Mata y Scarafia, 1993, p 113 y 114)

Pero, ¿será suficiente con saber del tema para ofrecerle al público buenos espacios radiales? ¿Dónde queda el conocimiento en producción radial, en lenguaje, narrativas, géneros, formatos y posproducción, que son elementos importantes y se deben tener en cuenta al momento de realizar un programa radial? ¿Será que quienes están colaborando y ofreciendo su conocimiento en la radio universitaria saben de estos temas y los ponen en práctica al momento de salir al aire? La respuesta, en la mayoría de los casos es que no, y eso de una u otra forma afecta el trabajo que realizan como medio de comunicación.

### **5.2.1 Radialistas en formación.**

Durante mucho tiempo se ha visto a la radio como el medio más sencillo de trabajar y en cierta forma lo es, pero eso no significa que hacer radio se limite a hablar o leer frente a un micrófono. Para que los programas generen impacto en los oyentes se necesita conocer el lenguaje radial, combinar esos elementos y manejar un discurso acorde al público objetivo, no es hablar por hablar, es contar historias, generar sensaciones, motivar al público y es ahí donde fallan las emisoras universitarias y los productores radiales.

Continuar presentando a la radio en general como un medio fácil de producir, que se limita a hablar frente a un micrófono con música de fondo, afecta la imagen de un medio que se caracteriza por su creatividad, recursividad y dinamismo. Así, que si no se logra una unión entre conocimiento temático y radial, no se podrá generar un impacto en la audiencia, si los realizadores no se preocupan por mejorar sus producciones y conocer el público al que le están hablando, seguirán haciendo programas sin forma, sin estilo y sin aporte social.

Pero, ¿sobre quién debe recaer la responsabilidad de asumir una formación radial? ¿En el productor quien es la persona que sale al aire para entablar algún tipo de comunicación con los oyentes, transmitirles un mensaje y en algunos casos concretos, generar un proceso educativo; o sobre las personas encargadas de dirigir y direccionar la radio universitaria, un medio que debe

asumir unos compromisos frente a su audiencia a la cual le debe ofrecer programas de calidad, acordes a los niveles representativos de una Institución de educación superior?

Para algunos de los sujetos entrevistados en esta investigación, la radio universitaria es una especie de escuela de formación donde los productores aprenden a hacer radio, llegan con los conceptos básicos y una experiencia de oyentes, que hace que repitan modelos que escuchan en otras emisoras con intereses totalmente diferentes. Con el paso del tiempo van aprendiendo y ganan confianza para hablar frente al micrófono y expresarse ante el público, algunos van más allá y logran adaptar técnicas de locución, edición y escritura.

La Universidad es un espacio de formación donde está permitido que nosotros también aprendamos y eso se refleja en la emisora, muchas personas llegan presentan un programa, logran un nivel medianamente aceptable, pero no son ni periodistas, ni locutores, son personas que quieren hablar de un tema en específico y hacer algo en la radio. Nosotros tratamos que esas personas adquieran unos niveles mínimos de locución, de cómo hacer un guion para radio, que más o menos entiendan cómo es un programa agradable. (C.A. Valencia, comunicación personal, 14 de febrero de 2017)

Sin embargo, si se tiene en cuenta las directrices de la radio universitaria en las que se plantea como proyección social con un fuerte enfoque educativo, formar productores radiales no tiene porqué ser una de sus prioridades, los esfuerzos deben estar encaminados en impactar a los oyentes y eso se logra con buenos programas, realizados por personas que conocen o al menos tienen nociones básicas de realización radial. Aunque eso no descarta el proceso de aprendizaje de los productores, ya que la radio y cualquier otro medio de comunicación requieren un compromiso constate de formación para ajustarse a los nuevos requerimientos del mercado y a las necesidades del público.

Pero, si bien es cierto que una radio universitaria no tiene como prioridad formar productores radiales que experimenten al aire y aprendan frente al público, sí debería asumir el compromiso de realizar un acompañamiento permanente a estas personas y colectivos que además de ser expertos en los temas que abordan, tienen la voluntad y hacen el esfuerzo de realizar un programa radial. También, es necesario garantizar procesos de capacitación permanentes (técnicos, conceptuales, creativos...) que doten de herramientas a los realizadores para que presenten un mejor trabajo.

Realmente hay profesores que tienen el saber temático y que de alguna manera han hecho el esfuerzo de acercarse al lenguaje radial, en ese aspecto Unicauca Estéreo se queda corta en colaboración y formación, porque la idea es que cada colectivo tenga un asesor o acompañante, que los guíe para que los profesores puedan hacer programas más ámenos y no producciones sosas y cansanas, pero la falta de personal no nos ha permitido dar cursos de capacitación, porque necesariamente para asumir ese trabajo hay que contratar gente o tener ayuda de estudiantes de comunicación para que nos puedan dar esa asesoría. (A. Córdoba, comunicación personal, 28 de abril de 2016)

En la emisora Javeriana Estéreo, programas como *Sintonía Javeriana* y *Los colegios cuentan*, son realizados por una persona que conoce el tema y además tiene nociones de producción radial ya que es docente de esa área en el programa de comunicación social, eso en cierta forma garantiza la calidad de las producciones. Otros espacios como el programa *Ingenium*, cuya realización recae en docentes de la Facultad de Ingenierías, cuentan con el acompañamiento del director de la emisora que marca algunas pautas en cuanto a estructura general y contenidos.

Ahora bien, si por una parte es obligación de las emisoras capacitar a las personas que hacen parte de sus equipos de trabajo, también debería ser compromiso y responsabilidad de los productores preocuparse por aprender, esforzarse en la realización de sus programas y presentar una propuesta diferente, en la que no se limiten a hablar media hora o una hora frente al micrófono convencidos de que tan solo con expresar sus conocimientos sobre un tema están cumpliendo una función social.

### **5.3 PÚBLICO OBJETIVO. LA INTERACCIÓN CON LOS OYENTES.**

Uno de los compromisos de la Radio Universitaria es generar estrategias educativas que les permita socializar el conocimiento que propagan institucionalmente, como parte de su proyección social, buscando aportar al bienestar de la comunidad. En esa medida se podría pensar que su trabajo se proyecta hacia un público que no tiene las posibilidades de acceder a los servicios que presta una institución universitaria, pero realmente, ¿a quién van dirigidos los contenidos que emiten estas emisoras?

De acuerdo al proyecto comunicativo de la emisora Javeriana Estéreo su público principal son jóvenes estudiantes de colegios y universidades entre 15 y 25 años, profesionales de 25 años

en adelante y oyentes que están en contacto con los estudiantes (padres de familia, docentes de colegios y universidades y orientadores vocacionales). La emisora Unicauca Estéreo no especifica ni en su proyecto comunicativo, ni en su manual de estilo cuál es la audiencia a la que espera impactar, sin embargo, muchas de sus producciones dicen estar dirigidas a estratos bajos (uno y dos) e incluyen amas de casa, madres comunitarias, jóvenes e incluso niños.

Ahora bien, una cosa es lo que estos medios plantean dentro de sus objetivos y otra es lo que ocurre realmente con el público que los sigue. La pregunta sería ¿quiénes escuchan las radios universitarias? Algo difícil de responder, teniendo en cuenta que ni siquiera estas emisoras tienen claridad sobre sus oyentes, ninguna de ellas ha realizado un estudio de audiencias, su trabajo parte de supuestos: lo que ellos creen, lo que esperan, lo que les gustaría. Pero no se tiene ninguna certeza y eso es algo importante para proyectar su programación, los contenidos, los lenguajes y las estrategias comunicativas y educativas.

Otro aspecto a tener en cuenta es el tipo de público al que le puede hablar una Radio Universitaria. Por una parte está el público interno que hace referencia a las personas de la misma universidad (estudiantes, docentes, administrativos, directivos). En este caso se realizan programas con información netamente institucional y aunque puede ser de interés general – como sus productores suelen señalar-, maneja un contenido y un enfoque que tal vez no sea muy relevante para el ciudadano común, porque la información aborda temas específicos que incumben a un grupo en particular.

Unicauca Estéreo, dentro de su programación cuenta con algunas producciones dirigidas al público interno, se podría mencionar *Voz Sindical* o *ASPU: Análisis Universitario*, realizados por miembros de los sindicatos de administrativos y docentes de la Universidad respectivamente, y dirigido a cada uno de sus gremios. Hay otros espacios como *La Franja* o *Diálogos alrededor de un Café* en cuyos contenidos se abordan temas universitarios, pero, según afirman sus realizadores, pueden interesar a cualquier persona.

También se realizan clips donde te enteras de cosas institucionales, entonces uno se pregunta, ¿esto a quién le puede interesar? porque son cosas netamente universitarias. En el caso de los programas de sindicatos de docentes y de administrativos tenemos esa problemática y hemos

hablado con los productores para recomendarles que le den un poco más de apertura a los contenidos pensando que le puedan interesar a un público en general y lo pueden hacer al plantear programas interesantes a través de una temática en especial.( A. Córdoba, comunicación personal, 28 de abril de 2016)

Javeriana Estéreo Cali señala en su proyecto comunicativo como uno de sus objetivos “dar a conocer los programas y actividades de servicio a la sociedad que realiza la universidad en la región y el país y difundir los proyectos y acciones que desde la academia en general se realizan para la construcción de una sociedad más justa” (2013, p 2) Sin embargo, aunque los temas de la universidad son importantes, no tienen un espacio radial dedicado a abordarlos. Este tipo de temas los dan a conocer dentro de los magazines o en medio de las pautas comerciales a través de cortos mensajes institucionales. La parte relacionada con academia e investigación se inserta en los programas de contenido.

Si se tienen en cuenta las funciones de la radio universitaria en general, se señala la importancia de visibilizar el trabajo institucional, es decir que no está mal hablar y resaltar el trabajo que hace la misma universidad, pero hay formas, momentos, horarios y formatos radiales para hacerlo. Es decir, si no se maneja bien el tema, funcional y operativamente puede ser peligroso para las emisoras no tener definido el horario y el tipo de programas que van dirigidos a un público interno, ya que los oyentes se pueden confundir y pensar que todo lo que se dice es para la misma comunidad universitaria y no siempre es así.

Por otra parte, es válido recordar que uno de los lineamientos de la radio universitaria es generar una proyección social, en ese sentido, sus esfuerzos deben apuntar hacia la comunidad, por lo tanto, teóricamente el público interno no debería ser una prioridad para este tipo de emisoras. Existen otros medios para que se comuniquen entre funcionarios, la radio universitaria no puede pensar en contenidos solo para el ámbito institucional al que pertenece, en ese caso no se justificaría la inversión económica que representa.

Ante todo somos una emisora de la universidad, por eso en algunas temáticas uno tiene que seguir las indicaciones de la institución, en otras no, porque realmente son espacios que lo conforman el común de la gente y no sólo docentes que por gusto se vincularon, en ese caso el beneficio y la proyección se da más a la comunidad, pero realmente nuestro trabajo responde a las necesidades de la institución y de ahí hacemos la proyección social.( Córdoba, 2016)

Si el enfoque de la radio universitaria es, como se mencionaba anteriormente, la proyección social, sin duda el público al que deben estar dirigidos todos los esfuerzos es al externo, aquel que resalta en sus proyectos comunicativos, el cual, como lo proyecta Javeriana Estéreo Cali, no necesariamente debe ser de estratos bajos o población vulnerable, hay otro tipo de oyentes, que tienen un buen nivel de vida y cuentan con formación profesional, pero pueden estar interesados en escuchar otras historias y puntos de vista. El deber ser de estas radios sería tener en cuenta que lo que se le ofrece a un público externo, realmente cubra sus gustos y necesidades.

### **5.3.1 Identificar las audiencias, uno de los grandes retos de la Radio Universitaria**

Cuando se habla de oyentes o de público, se hace referencia a un grupo de personas que tiene ciertas características que los definen, por eso es importante el estudio de audiencias, para conocer quiénes escuchan radio, en qué momentos del día, con qué fin, qué temas les interesan, qué conocen de esos temas y otros aspectos que permitirían entre otras cosas, construir una parrilla de programación que equilibre lo que la academia puede ofrecer a través de la radio y lo que esos oyentes necesitan y quieren escuchar, eso, hasta cierto punto garantizaría que el mensaje tenga un destinatario concreto y cumpla su cometido.

Hay diferentes criterios de segmentación de las audiencias: la edad, el género, el lugar de residencia, el estrato socioeconómico, el nivel educativo y, por supuesto, las preferencias programáticas y las situaciones concretas de recepción son todos criterios posibles, e indicadores a su vez, de distintos tipos de recepción... Reconocer la variada y variable "hechura" de las audiencias, además de ser un doble desafío a su investigación y a su educación frente a los medios, da sentido y relevancia al trabajo pedagógico que busca transformar sus procesos de recepción. (Orozco, 1997, p 27 y 28)

Las radios universitarias, como se mencionó anteriormente, no cuentan con este tipo de estudios, así que su trabajo se basa en supuestos y al no conocer la audiencia lo que hacen es ofrecer contenidos que responden a intereses institucionales que parten de lo que la universidad puede dar o lo que necesita mostrar y hasta cierto punto esto es admisible, los temas que abordan son los que prevalecen al interior de la academia, sus contenidos tienen un respaldo científico y una aplicabilidad social que pueden aportar al crecimiento personal y al desarrollo ciudadano, pero ¿qué pasa con el oyente?, ¿dónde quedan sus intereses?, ¿son importantes para este tipo de medios?

En el proyecto comunicativo de la emisora Javeriana Estéreo- Cali 107.5 FM, donde se expresa la razón de ser de este medio y se trazan los lineamientos que enmarcan su trabajo, hay una parte que señala “No darle al público solo lo que quiere, sino lo que necesita. Además, sorprenderlo, proponerle y educarlo” (2013, p 5) Algo un poco complicado de cumplir si se tiene en cuenta que realmente no se conoce al público, siendo así, ¿cómo saber lo que necesita?

Yo creo que uno no puede en aras de tener mucha audiencia transmitir cualquier cosa, pierde el sentido, nosotros preferimos esto y decimos proponemos esto de esta manera y pues vemos a quiénes les gustaría escuchar nuestros contenidos y así hemos venido construyendo nuestra propia audiencia. Siempre decimos esa frase, aunque suene pedante, pero lo sostenemos. (J.C Prado, comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

Para la mayoría de medios de comunicación el público juega un papel muy importante, ya que es el que consume los contenidos, el que determina temáticas, horarios, voces, protagonistas, incluso la continuidad de ciertos programas, dependiendo si son de su agrado o no. En las radios universitarias ese aspecto parece que no es tenido en cuenta, al contrario, son los oyentes los que tienen que adaptarse a la oferta de este tipo de emisoras, sus horarios, su programación, su música y todo lo que ahí puede encontrar.

En Unicauca Estéreo 104.1 FM, como ya se reseñó anteriormente, la programación se cambia en algunas ocasiones – periodo de vacaciones de mitad y final de año, Semana Santa, eventos especiales - sin importar que eso pueda representar la pérdida de audiencia, quienes se acostumbran a unos horarios y unas dinámicas de escucha que son modificadas constantemente a beneficio de los realizadores.

Se hace un esfuerzo por tratar de dejar la emisora funcionando, digamos que lo más parecido a la época normal, por ejemplo a mitad de año cuando hay vacaciones, entonces toca inventar estrategias como dejar pregrabados y a un funcionario para que se encargue de hacer la programación, pero sin duda el oyente percibe que se está en vacaciones y que las dinámicas cambian, es algo que mediante estrategias administrativas se puede cambiar pero para todo esto se necesita tener recursos económicos.( C.A. Valencia, comunicación personal, 14 de febrero de 2017)

En esta parte también se debe tener en cuenta que la audiencia no está conformada por seres pasivos y si llegan a estas emisoras es porque tienen una necesidad específica y buscan acceder a ese tipo de contenidos, hay cierto grado de interés por la información que van a encontrar ahí. Cada radio crea una identidad y el público la empieza a reconocer, el problema

radica en que esa misma identidad muchas veces se encarga de reducir y apartar a los oyentes, que no se ven representados, no entienden o no les interesa dicha propuesta.

El objetivo de las radios universitarias no es ocupar los primeros lugares de sintonía -de hecho muy pocas clasifican en ese ranking<sup>7</sup>- por eso no utilizan estrategias de mercadeo que son muy comunes en las emisoras comerciales, ni tienen como prioridad agradarle a la audiencia y cautivarla con un tipo de programas acordes a sus gustos. Pero no por eso, se debe dejar a los oyentes de lado, su opinión también cuenta, sus necesidades son importantes y no sólo en la estructuración de la programación, también está la interacción con ellos, es necesario establecer canales para entablar un diálogo que permite saber cómo están asimilando la información.

Si la radio es la herramienta que tiene la academia para acercarse a la sociedad y difundir conocimientos buscando generar un cambio, es momento de entender que no lo va a lograr mientras responda a intereses institucionales, realizando programas para un público interno o de carácter externo que es escuchado solo por ellos mismos -que en últimas vendría siendo lo mismo, hacer radio universitaria para un grupo social universitario-. La Radio Universitaria debe asumir el reto de conocer a ese público al que creen que le están hablando, lo deben incluir en su propuesta comunicativa y formativa.

En este caso, si el modelo o la propuesta educativa dependiera de la interacción con los oyentes, de la importancia y el diálogo que se genera con el público, de la comunicación con ellos que va más allá de una llamada telefónica o un correo electrónico, sino que requiere escucha, saber en qué piensa, qué entendió del contenido, qué dudas tiene, qué le interesa conocer y muchas otros aspectos, habría que señalar, que la radio universitaria no cumple con esta categoría, al menos no en los niveles de interacción que se esperarían de un medio que busca realizar una proyección social.

---

<sup>7</sup> De acuerdo al Estudio Continuo de Audiencia de Radio ECAR, realizado por el Centro Nacional de Consultoría en el primer trimestre del 2017, la radio universitaria Javeriana Estéreo – Cali ocupó el puesto 27 entre 56 emisoras, con 21,9 oyentes, mientras la emisora Radio Uno que ocupó el primer lugar tuvo 292,2 oyentes. Por su parte, Unicauca Estéreo ocupó el puesto 15 entre 43, con 3,8 oyentes; Radio Uno obtuvo el primer lugar con 58,9 oyentes. En los listados también se incluyeron medios de carácter nacional y regional, por esa razón el número de emisoras por ciudad es tan amplio.

## CAPÍTULO VI

### 6 ANÁLISIS DE PROGRAMAS

La educación no es algo exclusivo de las aulas de clase, ya es claro que su accionar va más allá del ámbito escolar e incluye herramientas, lugares, espacios, momentos y diversos medios, entre los que se encuentran los de comunicación. La prensa, la televisión, las nuevas tecnologías y la radio, tienen un componente y una influencia educativa. Dentro de estos medios, hay que mencionar a las radios universitarias, las cuales, de acuerdo a los parámetros establecidos por el Estado, tienen un compromiso frente a este tema, que es corroborado por las mismas emisoras que lo señalan como uno de sus principales objetivos.

Aunque de una u otra forma el componente educativo está presente en todos los medios, en este tipo de emisoras debería ser más evidente, porque como se mencionó anteriormente, es uno de los parámetros que rigen su funcionamiento, además, son la voz pública de Instituciones Educativas de Nivel Superior. Pero, en realidad ¿qué tan educativos son sus contenidos? Este capítulo se basa en el análisis realizado a programas radiales emitidos por las emisoras Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo- Cali, a través de los cuales se espera responder a esa pregunta.

Para iniciar es importante mencionar que el análisis de programación de las emisoras se dividió en dos: programas de contenido y programas musicales. Teniendo en cuenta que gran parte de los espacios radiales que se emiten al público se basan en el género musical, este tipo de programas no podían quedar por fuera de la investigación.

#### 6.1 CONTENIDOS QUE EDUCAN.

Por programas de contenido se entienden todos aquellos que tienen como principal objetivo, brindar algún tipo de información al oyente. Se puede incluir en este grupo algunos géneros como: informativo o periodístico, cultural, de opinión, participativo, religioso, deportivo y otros, que basan su espacio en el análisis o la difusión de un tema, el cual consideran de interés para el público.

En la radio no hay ningún tema vetado, se puede hablar de cualquier cosa, incluso de aspectos que son netamente visuales, aunque requieren un tratamiento especial para que el público pueda entender el mensaje. De una emisora universitaria se esperaría que abordara contenidos relacionados con el área académica, donde se pueda reflejar la investigación, la generación de conocimiento y todos los análisis y propuestas educativas que circulan en la academia.

### 6.1.1 Unicauca Estéreo<sup>8</sup>

Uno de los criterios de la programación de Unicauca Estéreo se basa en buscar que su parrilla tenga diversas temáticas “que posibiliten el diálogo de las diferentes culturas y la construcción de manera argumentada de nuevos valores y saberes” (Manual de Estilo Unicauca Estéreo, s.f. p 5). Para ello cuenta con una programación diaria de 24 horas y un total de 49 programas que conforman la parrilla, de los cuales hay 18 programas de contenido, que representan el 36, 73% de su programación, de todos ellos se seleccionaron dos: Consultorio Jurídico y Amor a la Salud.

*Amor a la Salud* es un espacio radial de la Facultad de Salud que está a cargo del Departamento de Fisioterapia, inició hace más de tres años, primero como una sección dentro de la radio revista *La Franja* y después como un programa independiente. Su principal objetivo es promover la actividad física y los beneficios que le trae a la salud. Su realización está a cargo de la fisioterapeuta y docente María Lucía Medina. Aunque no tiene claro cuál es su público objetivo, por el horario en que se emite – viernes de 9:30 a 10:00 de la mañana, con repetición los lunes a la misma hora - se piensa que es escuchado por amas de casa, personas de la tercera edad, gente que se desplazan en sus vehículos.

*Consultorio Jurídico* es el espacio radial de la Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, está a cargo del abogado y docente Jacob Cuellar, quien además trabaja en el Centro de Consultoría Jurídica de la Universidad del Cauca. El objetivo de este espacio es brindarles información a las personas sobre diversos aspectos legales que les pueden ser útiles en su vida

---

<sup>8</sup> Para ver las fichas de análisis de los programas analizados, remitirse a Anexo N° 1.

cotidiana. Se emite todos los jueves de 7:00 a 7:30 de la noche y aunque el realizador busca impactar a un público de los estratos 1, 2 y 3, gran parte de sus oyentes son estudiantes y profesionales universitarios, según lo señalan algunos reportes de sintonía.

Los dos programas tienen mucho en común, por ejemplo, son realizados por docentes universitarios que tienen la experiencia y el conocimiento en los temas que abordan -esto hasta cierto punto garantiza un contenido veraz e incluso un análisis más profundo- y aunque ninguno de los dos cuenta con bases en producción radial, hacen un esfuerzo por presentar semanalmente un espacio de treinta minutos en los que explican un tema que consideran de interés para el oyente.

Ni siquiera es un gusto personal de decir que quiero trabajar este tema. Siempre se busca algo novedoso que tenga que ver con derecho de familia, con derecho laboral, con derecho civil, con derecho penal, porque nuestros usuarios en derecho penal son de los estratos 1,2 y 3, que se meten en peleas, que pelean entre vecinos, entonces les decimos cómo solucionar esos problemas. Además porque en materia penal el Consultorio Jurídico hace barrida en las cárceles del departamento del Cauca, entonces conocemos las temáticas que les interesan a los oyentes. Al seleccionar el tema para el programa siempre pensamos en todas esas cosas y en las personas que no tienen cómo contratar un abogado y les decimos a las personas que hay normas que los defienden y los protegen. Hay temas fundamentales como el maltrato a la mujer. La violencia intrafamiliar es un tema que constantemente lo estamos tratando pero no repitiendo y diciendo lo mismo en cada programa, si no hablando de las novedades jurídicas que le pueden interesar y servir a los oyentes. (J. Cuellar, comunicación personal, 24 de marzo de 2016)

En cuanto al programa *Amor a la Salud*, la profesora encargada trata de organizar un cronograma temático para todo el semestre, buscando abordar aspectos de interés e incluir elementos coyunturales que coincidan con fechas importantes como el día mundial de la actividad física, entre otros. Es que el tema que se aborda en estos espacios juega un papel muy importante dentro del contexto radial. Aquí surge la primera pregunta, ¿a nivel temático, este tipo de programas aportan un componente educativo?

Si se entiende por educativo, algún tipo de información que le aporta a los oyentes y que, en cierta forma, les brinde un nuevo conocimiento, seguramente la respuesta será positiva, en estos programas el público podrá encontrar datos, recomendaciones, instrucciones, consejos y muchos otros aspectos relacionados con salud y derecho, que les pueden servir en su cotidianidad. Aspectos que van desde el tipo de estiramientos que pueden realizar durante una

pausa activa sin abandonar su puesto de trabajo, hasta los derechos que cada persona tiene como beneficiario de un régimen contributivo o subsidiado de salud y cómo exigirlos.

La radio en media hora le permite al oyente analizar y conocer algún tema, aunque con relación a este punto, hay otros factores que se deben tener en cuenta, como por ejemplo, las fuentes utilizadas, ya sean bibliográficas o testimoniales, que contribuyen a explicar, profundizar o contextualizar ciertos aspectos. Con relación a lo bibliográfico, la mayoría de veces el respaldo son textos, artículos académicos y por supuesto la normatividad y legislación nacional. Los testimoniales suelen ser otros docentes, estudiantes, funcionarios públicos, académicos o profesionales expertos en el tema, muy pocas veces o casi nunca, son ciudadanos del común.

En el programa consultorio jurídico siempre damos la fuente de dónde estamos hablando y dónde puede encontrar mayor información, para que vean que lo que estamos diciendo es verdad, para que vean que no nos estamos inventando nada, que no estamos diciendo nada que no exista realmente desde la perspectiva institucional; si la institución se equivoca pues son ellos, no el programa, porque partimos de la información institucional y eso es muy importante. Partir de información institucional es un beneficio y una autonomía bastante grande, el no depender de una pauta comercial, saber que la emisora es autosostenible les da una gran libertad a todos los que trabajamos ahí, incluso frente a las mismas directivas de la universidad. Como no dependemos de pauta comercial y nada, tenemos total independencia, entonces nos hace mucho más fuertes en ese sentido. (J. Cuellar, comunicación personal, 24 de marzo de 2016)

El enfoque o tratamiento que se le da a las temáticas abordadas también es un aspecto importante. Al hacer parte de una Institución Educativa, los contenidos tienen un énfasis académico bastante fuerte, pero se busca mantener una neutralidad en donde no influya la pauta comercial, la política, la religión o intereses personales, económicos o ideológicos. Aunque en algunas ocasiones controlar este tipo de aspectos puede resultar difícil, porque hay factores que determinan la forma de abordar un programa.

Yo tengo un llamado al servicio a Dios muy fuerte, entonces trato en todo lo que hago de predicar el evangelio. Las canciones que uso por lo general van en esa línea, aunque no siempre es así, algunas veces los temas se han enfocado más hacia eso. Una vez hicimos un programa sobre la prevención del aborto, desde la perspectiva pública se pueden dar infinidad de discusiones, pero el objetivo de mi programa era que los oyentes entendieran que cuando una mujer aborta hay unos perjuicios para la salud de una mujer, porque al final si mi programa se llama amor a la salud, lo que se busca es prevenir eso, porque es fácil hacerlo, pero las consecuencias son difíciles de asumir. (M.L Paz, comunicación personal, 29 de noviembre de 2016)

Con respecto a esos temas, el Manual de Estilo y el Código de Ética de la Emisora Unicauca Estéreo establecen como uno de sus propósitos brindar una información veraz, para lo cual sugieren consultar varias fuentes y establecer su idoneidad “es preciso identificarlas, jerarquizarlas y determinar su grado de confiabilidad” (Manual de Estilo Unicauca Estéreo, s.f. p 13) y contrastar los distintos puntos de vista. Como queda claro, esto muchas veces no ocurre, en parte porque algunos realizadores no conocen el manual de estilo y la forma como lo deben aplicar en sus programas.

Ahora bien, haciendo una recapitulación se puede decir que la emisora y los programas que ahí se emiten cuentan con la colaboración de profesionales idóneos que tienen el conocimiento y la experiencia en los contenidos que abordan sus espacios radiales. Los temas que presentan, en mayor o menor medida, son de interés público y aportan información que puede ser útil para el oyente, utilizan fuentes que tienen un respaldo científico basado en investigaciones académicas y salvo algunas ocasiones, presentan un enfoque neutro que le permite al oyente acceder a un panorama amplio del tema y sacar sus propias conclusiones.

Desde este punto de vista, se puede asegurar que las emisoras universitarias tienen un componente educativo que se ve reflejado en los temas, los realizadores y los enfoques o tratamientos informativos. Pero, y aquí surgen las siguientes preguntas: ¿estos elementos son suficientes para garantizar el impacto de las producciones y un proceso educativo que involucre a los oyentes? ¿Qué otros elementos o características deben tener los programas para lograr el objetivo de transmitir ciertos mensajes al público?

En esta parte es necesario retomar el manual de Estilo de la emisora, en el que se señala la importancia de tener en cuenta el gusto y los intereses de las audiencias, lo que incluye ampliar la oferta de contenidos y el perfil de los realizadores radiales, además recomienda implementar “diversos formatos radiofónicos como el debate, la mesa redonda, el radiodrama, el radioreportaje, programas de humor, entre otros, en los que se pongan a prueba otras formas de educar menos convencionales, a partir del goce, la risa, la polémica, entre otros” (Manual de Estilo Unicauca Estéreo, s.f. p 6)

Lo anterior resalta dos elementos que deben jugar un papel importante en el análisis. El primero de ellos es el público objetivo o las audiencias a las que van dirigidos los programas. La emisora Unicauca Estéreo tiene una programación segmentada, es decir, que a lo largo del día o la semana, se enfoca en complacer a diferentes públicos, dependiendo del horario y los contenidos<sup>9</sup>. Por ejemplo, en la mañana y la noche se dirige a públicos adultos, mientras en la tarde buscan complacer a un público joven. También tienen programas más segmentados, como el que está dirigido a niños o los que son de interés exclusivo de trabajadores sindicales.

En cuanto a los programas que hacen parte de este análisis, están dirigidos a un público externo, de estratos bajos como en el caso de Consultorio Jurídico, aunque los reportes de audiencia demuestran que quienes más lo sintonizan son estudiantes y funcionarios universitarios que tienen cierto conocimiento de los temas que ahí se tratan.

El programa ha detectado que tenemos oyentes universitarios, profesionales de distintas áreas que les gusta conocer estos temas, porque el programa no se centra en una sola rama del derecho, las ubica todas y eso genera bastante interés y siempre buscamos que esas áreas que parecían enfocadas al estrato 4, 5 y 6 se aterricen a los estratos bajos. (J. Cuellar, comunicación personal, 24 de marzo de 2016)

Pero en realidad, no existe un estudio de audiencias que determine el tipo de público que escucha estos programas, lo que sí es cierto es que quienes lo hacen conocen de antemano el enfoque que tiene cada uno de los espacios radiales y saben que no van a encontrar música de actualidad, agenda cultural, noticias coyunturales o cosas por el estilo, así que seguramente los escuchan buscando información relacionada con salud o con derecho que les brinde algunos datos de interés.

El manual de estilo señala que se debe tener en cuenta el gusto y los intereses de los oyentes. Por eso es importante tener definido el público objetivo y tratar de conocerlo, ya que

---

<sup>9</sup> Es importante recordar que las emisoras universitarias, en muchos casos, están incluidas en los programas de extensión y se presentan como parte de la proyección social de la Universidad, desde este punto de vista, sus contenidos deben ir dirigidos a un público externo que cotidianamente no tienen la posibilidad de acceder al conocimiento y a la información que se genera dentro del Alma Mater. En esa medida, la forma de presentar esos contenidos debe cambiar, porque es probable que los oyentes no conozcan los términos, ni las definiciones y mucho menos la forma de aplicar esos conceptos en la cotidianidad.

esto determina aspectos fundamentales, como por ejemplo, los temas que les interesa, los conocimientos y las dudas que tienen, las necesidades de información, entre otras cosas. Esto permite proyectar un cronograma temático, de lo contrario se hablaría desde los intereses y necesidades de los realizadores que no necesariamente pueden coincidir con los del público.

En el caso del programa *Amor a la Salud* los temas los elige la profesora de acuerdo a su criterio y a la facilidad que tenga para acceder a la información que va a presentar. En *Consultorio Jurídico*, los temas también son propuestos por el docente, con base en sugerencias de algunos oyentes, hechos ocurridos que hacen parte de la coyuntura nacional o regional y temas de consulta más comunes en el Centro de Consultoría Jurídica de la Universidad del Cauca.

Con respecto a la audiencia, el Manual de Estilo también señala que el tema debe ser abordado de tal forma que le permita entender al oyente la incidencia y utilización en su vida cotidiana. Algo igualmente importante es el contacto que debe existir entre realizadores y oyente, para lo que recomiendan hacer uso de las herramientas tecnológicas y los medios que estén a su alcance para tal fin, aunque en realidad muy pocas veces se da ese contacto y cuando ocurre es por fuera del espacio radial, ya que durante la emisión no se da esta posibilidad de diálogo e interacción.

La opción que hemos tenido para comunicarnos con los oyentes siempre ha sido con correos electrónicos, nunca en vivo al teléfono porque nuestro programa no quiere parecerse a los programas de la radio comercial, que son solucionadores de problemas como si fueran gestores o tramitadores. Nuestra emisora es una emisora universitaria que educa, no tramita, para eso, para tramitar, está el Centro de Consultoría Jurídica. La emisora no se puede convertir en un intermediario del usuario, si no perderíamos el objeto de educación. Precisamente como el programa trata de ser tan minucioso, siempre lo diseñamos pensando en que seguro habrá alguien que va a preguntar algo, alguien que quiere profundizar en alguna cosa, entonces por eso siempre buscamos ser detallistas en el tema que estamos trabajando y le decimos al usuario que está oyendo que si necesita algo específico de este tema vaya a las oficinas del Centro de Consultoría Jurídica de la universidad, que lo atendemos en tales y tales horarios y allá le tramitamos lo que usted necesita. No me gusta y ahí si lo digo a nivel personal, porque he escuchado programas donde el periodista se mete en el caso y empieza con “Vamos a ver qué es lo que pasa con esta queja del ciudadano y vamos a llamar al secretario tal”. No me parece, ese es el estilo de ellos, respetable, pero son ellos allá, nuestra universidad debe mantener ese estatus de Institución Educativa que llega a toda una población caucana. (J. Cuellar, comunicación personal, 24 de marzo de 2016)

Por último, con respecto a los oyentes el manual de estilo recomienda “Utilizar un lenguaje sencillo, y no recurrir a palabras complejas, rebuscadas o técnicas. Todo oyente debe entender los términos utilizados” (Manual de Estilo Unicauca Estéreo, s.f. p 12) En esta parte se debe recordar lo que se ha dicho antes y es que muchos de los productores radiales de este tipo de emisoras son docentes, funcionarios, directivos o personas muy cercanas a la academia, en donde constantemente se utiliza un lenguaje técnico.

El otro elemento que se mencionó anteriormente y que juega un papel fundamental está relacionado con los formatos y la estética radial que hacen referencia a la manera de presentar los contenidos. El manual de estilo habla de producir mesas redondas, debates, reportajes, dramatizados y otras propuestas que pongan a prueba formas de educar menos convencionales. Todo esto con el fin de llamar la atención del público para que se puedan interesar en el tema y captar el mensaje que se les quiere transmitir.

Las nuevas dinámicas de la radio exigen formatos audaces, que utilicen diversos recursos, que sean innovadores que propongan estilos diferentes, que presenten los temas desde varios ángulos. Sin embargo, este tipo de propuestas no se ven reflejadas en los programas que los oyentes escuchan cotidianamente por la emisora, en los cuales prevalecen formatos basados en el monólogo, la reflexión, la opinión y en algunos casos la entrevista que no es tomada con un diálogo o una conversación amena, sino como un simple intercambio de preguntas y respuestas. La escaleta de los programas analizados básicamente se puede resumir de la siguiente forma:

<b>1.</b>	<b>Cabezote de Presentación</b>
<b>2.</b>	Saludo
<b>3.</b>	Presentación del tema
<b>4.</b>	Desarrollo del tema. Parte 1
<b>5.</b>	<b>Receso para mensajes institucionales</b>
<b>6.</b>	Desarrollo del tema. Parte 2
<b>7.</b>	Conclusiones
<b>8.</b>	<b>Despedida</b>

El programa *Amor a la Salud* varía un poco, en la medida en que utilizan una canción para iniciar y otra para hacer una pausa en el programa, por lo general buscan que la música coincida con el tema que están trabajando, pero no siempre ocurre eso. En los programas la profesora trata de tener uno o dos invitados por lo que el esquema se realiza en forma de entrevista, eso permite que a lo largo de la media hora se escuchen varias voces. Cosa que no es muy frecuente en el espacio *Consultorio Jurídico*, donde usualmente habla una sola persona, salvo contadas ocasiones en las que se presentan invitados.

En cuanto a recursos radiofónicos, no se utilizan mucho, los realizadores suelen dar su información acompañados por música de fondo y algunas cortinas que les permiten hacer las pausas, y estas mismas dinámicas se repiten durante todos los programas que se emiten a lo largo del semestre. Es importante mencionar que durante algunos periodos los profesores encargados de estos espacios contaron con la ayuda y el apoyo de comunicadores sociales en la realización radial, pero actualmente toda la responsabilidad recae sobre ellos, por esta razón la universidad les asigna dos horas semanales para que se encarguen de la producción.

Hubo una convocatoria de la Vicerrectoría de Cultura y Bienestar con el programa Estímulos, yo participé con el programa *Amor a la Salud* enfocado en la proyección de un mensaje a través de los medios de comunicación, gané la convocatoria y eso nos garantizó un espacio propio en la emisora y nos dieron recursos para pagarle a un comunicador que se encargara de toda la producción. Tuvimos buenos productos en cuanto a contenidos temáticos, en esa época yo viajé al exterior y pude obtener entrevistas importantes que alimentaron el programa y lo hicieron más interesante. Luego me tocó continuar con el espacio radial sin la ayuda del comunicador, a veces me apoyo en entrevistados, en otros profesores o en estudiantes que demuestren que tienen una fluidez para hablar por el medio. (M.L Paz, comunicación personal, 29 de noviembre de 2016)

La radio no se puede limitar al hecho de hablar frente a un micrófono, eso es algo que no se debería presentar en una emisora que tiene como uno de sus criterios ofrecer “programas de alta calidad en cuanto a contenidos y formatos, que evidencien profesionalismo e idoneidad en su producción y que coadyuven a elevar el nivel educativo y cultural de la región” (Manual de Estilo Unicauca Estéreo, s.f. p 7). Por lo tanto el componente estético también es importante, de lo contrario se estarán haciendo programas aburridos, sin forma y estilo que no lograrán llamar la atención del público.

Para dar respuesta a la pregunta *formulada* anteriormente, se puede decir que el nivel de conocimiento de los realizadores, los temas y el tratamiento que se les dé, no son suficientes para

generar un impacto en el público. Esos otros elementos, como conocer al oyente y sus necesidades, y trabajar en la forma de presentar los contenidos, también son importantes y se deben tener en cuenta. Si el público no está interesado en las temáticas, si no las considera necesarias o no sabe de qué manera le puede beneficiar esa información, sencillamente no escuchará el programa, lo mismo ocurrirá si le parece aburrido o poco interesante.

La radio es una unidad y todo debe ir de la mano o no se lograrán los objetivos propuestos: de nada sirve un programa muy bien producido si el tema no aporta mucho o el realizador no tienen la credibilidad del público, y de nada sirve tener la información y el conocimiento si no se encuentra la manera de atraer la atención de los oyentes. Si no se trabajan todos los elementos, la intencionalidad educativa que tiene la radio universitaria queda limitada y solventada en contenidos y no en procesos. Es decir, educan, pero no les interesa saber a quién o cómo. Lo que pase afuera del estudio de grabación deja de ser problema de la emisora y los realizadores.

### **6.1.2 Javeriana Estéreo – Cali.<sup>10</sup>**

La emisora Javeriana Estéreo Cali tiene estipulado en el proyecto comunicativo que a través de su programación debe contribuir a posicionar la Universidad como una institución con alta calidad académica “el reto es hacerlo de manera atractiva, sin caer en academicismos ni en solemnidades que aburran a los oyentes” (2013, p 4) Por esta razón, presentan una parrilla de programación que se basa en la emisión de programas musicales, sin dejar a un lado los espacios de contenido, que se emiten especialmente los fines de semana.

Debe ser una emisora que acompaña a los oyentes en actividades de estudio, transporte y de descanso, con algunos programas informativos y de opinión referentes a temas de actualidad y de interés cultural. Incluye programas de contextualización aprobados por la Dirección de la Emisora, emitiendo música moderna de rock y pop en español y otros idiomas, mezclando novedades con éxitos comprobados de todas las épocas. (P.C. p 4)

Para el análisis de los programas de contenido se seleccionaron las siguientes producciones:

---

<sup>10</sup> Para ver las fichas de análisis de los programas analizados, remitirse a Anexo N° 2

**Ingenium** es un programa radial de la Facultad de Ingenierías que tienen como objetivo acercar a los oyentes a la ciencia, la tecnología y la innovación, a través del diálogo cercano y espontáneo con expertos científicos e investigadores. Se emite todos los domingos de 10:00 a 11:00 de la mañana, su realización está a cargo de las siguientes personas:

Luis Eduardo Tobón	Ingeniero Electrónico, Director de Posgrados de la Facultad de Ingenierías
Mateo López	Biólogo
Mauricio Quimbaya	Biólogo
Hernando Prado	Ingeniero Mecatrónico
Juan Carlos Prado	Director Javeriana Estéreo.

La propuesta para el programa era acercar la ciencia y la tecnología a la gente a través de entrevistas tranquilas, conversadas, con algo de humor y presentar a los científicos desde el lado humano, ¿quiénes son, por qué llegaron a ese nivel de conocimiento y experiencia sobre un tema? Eso era al principio, ahora se está convirtiendo en algo más temático, la idea es que abordemos temas más especializados, pero siempre teniendo en cuenta la historia y las vivencias del invitado. (L.E. Tobón, comunicación personal, 13 de febrero de 2017)

**Cita Con la Salud** es un espacio radial auspiciado por la Facultad de Ciencias de la Salud de la Javeriana, que se emite todos los sábados de 9:00 a 9:30 de la mañana y es realizado por el médico Pedro Robbeto. Es un espacio Institucional que tiene como objetivo socializar algunos eventos promovidos por la Facultad de Salud y a la vez dar a conocer temas relacionados con esta área que pueden ser de interés para la ciudadanía.

Los dos programas *Ingenium* y *Amor a la Salud* se caracterizan porque son realizados por profesionales que conocen y manejan muy bien los contenidos que presentan en cada emisión, o al menos los aspectos generales que les permite interactuar con los expertos que invitan a sus programas. En cuanto al nivel de conocimiento de los realizadores se puede asegurar que cumplen con los parámetros asignados a la radio universitaria. Con relación a los temas, en cada emisión abordan aspectos diferentes, buscando atraer la atención del público.

Antes de analizar los temas y los enfoques temáticos, es importante señalar que la emisora Javeriana Estéreo Cali, tiene claro al público al que va dirigida casi la totalidad de su programación. Ellos saben que no se dirigen a una audiencia popular. Al contrario, sus oyentes son personas jóvenes y adultas, de estratos sociales altos que cuentan con buenos niveles de

educación. En su mayoría son estudiantes o profesionales universitarios que tienen unas bases académicas que les permiten manejar algunos términos y conceptos.

Uno no escoge la audiencia sino que la audiencia lo escoge a uno, es una mutua seducción, entonces hay que partir de la base de que nuestra emisora está en el perímetro urbano de Cali y que nuestra audiencia esta entre estratos 3 y 5, culta, con educación mínimo universitaria en general y ahí yo me paro. Si me dicen vamos a hablarles a campesinos o a personas analfabetas, tendría que cambiar el estilo. (J.C Prado, Comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

Dentro de proyecto comunicativo señalan que al público no se le debe dar lo que quiere sino lo que necesita. “Además, sorprenderlo, proponerle y educarlo” (2013. p 5), y para lograr esto buscan abordar temas que puedan ser de interés, que capten la atención de los oyentes y que de una u otra forma les aporte algo nuevo, una información, una idea, una inquietud.

Tuve acá un brasilero experto en sigmentación, hablando de nuevos materiales y nuevas tecnologías más eficientes y ecoeficientes para construir. Entonces a ese ingeniero civil que me está oyendo y que se graduó hace 15 años, que está desactualizado, le estamos entregando un contenido de valor. Pero también el que nos está oyendo que no es ingeniero se entera de que hay un concreto que respeta al medio ambiente con una investigación que está haciendo aquí un profesor. (J.C Prado, Comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

En la realización de los programas radiales se suele utilizar algunas fuentes bibliográficas, las cuales son textos o artículos académicos que tienen como base una investigación científica, pero la mayoría de sus fuentes son testimoniales. En casi todos los programas, tanto de *Ingenium* como *Cita con la Salud*, se cuenta con la presencia de invitados – docentes, profesionales, científicos, investigadores- quienes hablan de un tema en particular que parte de su experiencia personal y que se sustenta en sus estudios, trabajo o investigaciones.

El tratamiento que se le da a los temas tiene un enfoque académico, aunque por estilo, tratan de abordarlo desde el aspecto humano. Como emisora perteneciente a una institución universitaria, tratan de mantener la neutralidad y respetar los lineamientos planteados en el manual de estilo, en donde se señala que se debe “Establecer la idoneidad de las fuentes sobre el tema a tratar. Es preciso identificarlas, jerarquizarlas y determinar su grado de confiabilidad” (Manual de Estilo Javeriana Estéreo Cali, s.f. p 10) Aunque con respecto al enfoque temático, hay otros aspectos que se deben tener en cuenta:

Lo que sí procuramos es que estén todas las voces. Digo procuramos porque la objetividad pura no existe y como quiera uno está mediando desde su propia estructura de valores. El error que sí no cometemos es creer que la nuestra es la verdad, nuestra autocrítica sí nos da para eso, para no creer que si estamos en la Pontificia Universidad Javeriana, una universidad confesional sí, pero

sabemos que hay gente que piensa distinto y lo respetamos, igual cuando se trata de temas políticos aquí vienen todas las voces. (J.C Prado, Comunicación Personal, 23 de junio de 2016)

La emisora Javeriana-Estéreo tampoco cuenta con un estudio de audiencia que determine quiénes y en qué momentos los escuchan. Tienen una proyección y un público definido por eso la programación y el enfoque que le dan a cada espacio apuntan a satisfacer las necesidades del tipo de población a la que quieren llegar. Realmente no existe un tipo de contacto o diálogo directo con los oyentes, más allá de las llamadas telefónicas para solicitar alguna canción o para dar sugerencias, los correos electrónicos o los comentarios de pasillo que les hacen a los productores sobre sus programas.

A los estudiantes de pregrado, posgrado o colegas, les gusta escuchar las historias de los invitados porque es desmitificar un poco al científico y llevarlo a un nivel muy humano, con sus dudas, sus decisiones, frustraciones. Eso es lo que siente la gente y eso nos lo dicen, son el tipo de comentarios que nos suelen hacer las personas, les gusta como humanizamos a los invitados. (L.E. Tobón, comunicación personal, 13 de febrero de 2017)

Lo anterior influye en aspectos como los horarios de los programas, que usualmente son seleccionados por las directivas de la emisora pensando en la estructura de la parrilla de programación y los parámetros que tienen definidos. Los temas que se abordan en los programas no responden a las necesidades o intereses de los oyentes, como se esperaría normalmente. Con el fin de generar un mayor impacto, estos se definen teniendo en cuenta aspectos como la facilidad de acceder al tema o la disponibilidad de los invitados.

La parrilla de programación se decide, el reto grande es sostener los programas. En Ingenium llevamos 40 o 50 programas grabados y cada semana tenemos que decidir el contenido del siguiente programa, entonces tenemos que pensar cómo insertamos al invitado ahí en esa estructura, con el tema que él nos trae. Entonces eso siempre lo tenemos que hacer y el reto es grande porque un día estamos hablando de investigación y niñez, por ejemplo, y luego vamos a hablar de liderazgo global. Entonces el trabajo de uno como comunicador es saber escuchar y saber preguntar. En ese sentido yo no siempre voy tan preparado en el tema, porque si me preparo mucho entonces me subo al nivel del doctor y la conversación se va a subir a ese nivel y yo quiero que cualquier persona que escuche ese programa entienda eso y además entienda el porqué de la investigación científica en determinada área. (J.C Prado, comunicación Personal, 05 de diciembre de 2016)

Pensando en los oyentes, el manual de estilo que es el mismo para casi todas las emisoras afiliadas a la Red de Radios Universitarias de Colombia, determina que se debe “utilizar un lenguaje sencillo, y no recurrir a palabras complejas, rebuscadas o técnicas. Todo oyente debe entender los términos utilizados” (s.f. p 8) Así mismo, resalta la importancia de la radio ya que

“afecta la vida y la toma de decisiones de muchas personas, con lo cual tiene una responsabilidad frente al oyente de brindar una información veraz y objetiva a través de un lenguaje claro y comprensible.( s.f. p 2)

En cuanto a los géneros y formatos radiales que se utilizan en los programas, la mayoría están basados en la entrevista, en la que se aborda un tema en especial. La diferencia radica en que *Cita con la salud* es un programa producido por una sola persona que se encarga de dialogar con el entrevistado, mientras que en *Ingenium* generalmente hay dos o tres realizadores que intervienen en la conversación e interactúan con el invitado del programa, por lo tanto el oyente tiene la oportunidad de escuchar más voces y diferentes perspectivas.

Tratamos de que las preguntas no sean tan sofisticadas, de alguien que sabe de la disciplina a otro que también sabe, porque nos saldríamos de los objetivos del programa, de hacer una charla normal para que la entienda cualquiera. Queremos hacer que el programa sea ameno, que los invitados no sean tan técnicos, es un rollo, no es fácil, pero hacemos el intento y nos seguimos formando para eso y tratamos de mejorar en cada programa. Enseñar ciencias a través de radio es como enseñarle matemáticas a un invidente, porque la persona solamente nos está escuchando. (L.E. Tobón, comunicación personal, 13 de febrero de 2017)

Mientras *Cita con la Salud* busca indagar en un tema o promover un evento o un aspecto institucional relacionado con la Facultad de Salud de la Universidad Javeriana, *Ingenium* trata de hacer énfasis en la parte humana y personal del entrevistado y desde ahí abordan la temática.

Cuando uno hace periodismo científico o divulgación de ciencia, uno está de alguna manera pretendiendo que la persona no sea exactamente la misma antes que después de escuchar un programa sobre Biotecnología, por ejemplo. Por eso es importante explicar en un lenguaje simple, conversado, a través de la voz de un ser humano y no del súper científico con diez títulos, con doctorados, que no se comunican con el resto de los mortales; sino de alguien que dice, yo empecé así, mi carrera fue así. Lo que hacemos más bien en este momento de programa que es simplificar la ciencia, acercarla a la gente y decirle cómo el conocimiento es válido, quisiéramos enamorar a la gente con el conocimiento. (J.C Prado, Comunicación Personal, 05 de diciembre de 2016)

El estilo radial que quiere mostrar la emisora Javeriana Estéreo Cali en sus programas de contenido, se basa, como ellos mismos lo definen, en buscar y narrar historias que merecen ser contadas. Los recursos radiofónicos que utilizan son la música y el diálogo con los invitados. La música emitida en *Cita con la Salud* generalmente no tiene relación con el tema que se aborda en el programa y la que se presenta en *Ingenium* está relacionada con la vida del entrevistado, son ellos los que proponen las canciones de acuerdo a sus gustos o intereses. “Los programas se dividen en tres momentos, cada momento va acompañado de música que es programada por el

propio invitado, algo similar al programa *Mi Banda Sonora*, que se emite en Caracol”. (L.E. Tobón, comunicación personal, 13 de febrero de 2017)

Aunque la estructura de los programas no presenta nada innovador y se limita a formatos básicos de la radio, podrían funcionar teniendo en cuenta el público al que van dirigidos, ya que de una u otra forma están acostumbrados a ese estilo y lenguaje. Aun así, hace falta la interacción con los oyentes, para ofrecerles contenidos que realmente correspondan a sus gustos y necesidades, de lo contrario el objetivo de educar, que está reseñado en su proyecto comunicativo, no lograría el impacto que desean.

## **6.2 LA RADIO EDUCA A TRAVÉS DE LA MÚSICA.**

La música es un elemento fundamental de la radio, demarca el estilo, el enfoque y hasta el público objetivo y aunque algunas emisoras la utilizan para rellenar espacios en los cuales no tienen una programación definida, en otras radios, como las universitarias, juega un papel importante y como representa gran parte de la programación, también se debe analizar dentro de la propuesta educativa, en donde entran a jugar aspectos importantes como la estética, la ética y el enfoque comunicativo que tengan de base.

Las radios universitarias, entre las que se incluyen Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo Cali, tienen como referencia el mismo manual del estilo, en el cual, dentro del Código de ética resaltan que:

La música es un elemento fundamental y ocupa amplios espacios en las parrillas de programación; por lo anterior, se debe promover la difusión de los diferentes géneros musicales, es una contribución a los procesos de convivencia y reconocimiento del otro. Debe darse prioridad particularmente a la música del mundo, que ayuda a la audiencia a ampliar sus fronteras locales y a valorar los exponentes más representativos, así como reforzar el trabajo que se realiza en el ámbito del fortalecimiento cultural.

Para Unicauca Estéreo este lineamiento se ve reflejado a través de una parrilla de programación donde incluyen 31 programas de contenido musical que abarcan diferentes géneros, pensando en complacer a una amplia variedad de públicos que sintonizan la emisora de acuerdo a la franja de su interés (Juvenil, adulta, contemporánea, clásica...), la oferta y la variedad temática son amplias, pero para la presente investigación se seleccionaron dos

programas: *Nuestra Música Colombiana* y *Factor RH: Rock en tus venas*, teniendo en cuenta que se emiten a diario y llevan más de 20 años dentro de la parrilla de programación.

Javeriana Estéreo Cali, por su parte, cuenta con 11 programas de contenido musical, que se emiten en su mayoría los fines de semana y los oyentes pueden disfrutar de una variedad de géneros que incluye: salsa, Jazz, ritmos latinoamericanos, entre otros. Sin embargo, se debe mencionar que la emisora tiene un enfoque musical, y gran parte de su programación se sustenta en ella. Diecisiete de las veinticuatro horas diarias, son dedicados a la emisión de franjas musicales. Por esta razón, no se eligieron programas en particular, se seleccionó las franjas musicales que reflejan el estilo de la radio.

En los dos emisoras y en la radio en general sea universitaria o no, la música juega un papel fundamental, a través de ella también se genera un impacto en el público “a partir de unos contenidos musicales se le puede enseñar a una persona a superar una dificultad, la gente aprende con la música a sobrellevar o a sobreponerse de situaciones cotidianas, entonces en ese sentido se puede formar o dar un mensaje” (C.A. Valencia, comunicación personal, 14 de febrero de 2017)

Al inicio de su historia Unicauca Estéreo se proyectó como una alternativa para que los oyentes pudieran acceder a la música clásica y colombiana que no se programaba en la radio regional por ese entonces, gran parte de su programación era musical teniendo como base el enfoque de los profesionales en música de la Facultad de Artes de la misma Universidad. Posteriormente, en el año 2001 buscando darle una pertinencia social y académica a la radio, se cambió el enfoque y entraron nuevos programas a la parrilla, incluidas franjas musicales que abordaban diferentes géneros.

Pensando en la emisora como un espacio para construir permanentemente cultura universitaria y cultura del desarrollo regional y en aras a conmemorar los diez años de estar al aire, se transformó la carta de programación, organizándola por franjas y públicos de diversa índole, gracias a la conformación de colectivos radiales integrados por estudiantes, docentes, administrativos y particulares. Igualmente se diversificaron las franjas musicales incluyendo programas de diferentes géneros, además de la ya tradicional música clásica y colombiana (Comité Editorial RUC, 2005).

Javeriana Estéreo Cali en sus inicios proyectó un diseño de franjas de programación que trataba de incluir diferentes enfoques musicales

Música para ejecutivos jóvenes, música reconocida de los años 70 y 80 de la parte americana (...) música colombiana, Jazz, clásicos de la música sinfónica, música caribeña, música de la nueva era, música de las distintas franjas del rock – rock en español, rock heavy metal, rock clásico- Y así se

fueron diseñando varias franjas en el día que permitían crear un hábito en el oyente que si quería escuchar determinado tipo de música ya sabía el horario en que la podía sintonizar. (R. Gómez, comunicación personal, 22 de junio de 2016)

A mediados de los 90<sup>11</sup>, debido a la crisis económica que enfrentó la región y que también afectó el financiamiento de la emisora, Javeriana Estéreo Cali, se dedicó a retransmitir la programación de Javeriana Estéreo Bogotá “gran error porque luego se dieron cuenta que la sintonía era gracias a una programación propia y no de una programación más elevada hecha para un público cosmopolita como el de la capital” (Gómez, 2016). Luego la emisora asumió un enfoque musical basado en la programación de música anglo y rock en inglés o español, que les permitió consolidar una imagen dentro del público, aunque luego se presentaron nuevos cambios.

Hace como 12 o 13 años atrás hubo un Comité de Programación que se reunió y establecieron que la música de la emisora debería ser crossover, entonces se hizo un cambio y se empezó a programar vallenato, salsa, merengues, el reggaetón que en aquel momento estaba empezando a tener mucho auge en Colombia. Fueron seis meses en los que estuvimos programando eso, pero la gente y las mismas directivas de la universidad se dieron cuenta que fue un error haber cambiado de formato. Después de seis o siete meses que duró ese experimento que no tuvo buen resultado en la audiencia porque nos criticaron bastante, se decidió cambiar nuevamente al formato que es el que tenemos nuevamente sonando al aire las 24 horas. (D. Sanchez, comunicación personal, 16 de marzo de 2017)

Actualmente el criterio musical de la emisora está basado en la música anglo de los años 80, 90 y contemporánea, pop reciente y clásicos del rock en español. Para realizar la selección tienen en cuenta lo que está sonando en Colombia o en diferentes partes del mundo. “el target de quienes escuchan la emisora son personas que van desde los 25 años hasta los 45, 50 años, y a ese público con ese tipo de programación es que se le ha querido llegar. También tenemos programas de salsa los fines de semana, de latin jazz y otros especializados en ciertos géneros” (Sánchez, 2017)

Los programas de Unicauca Estéreo seleccionados para esta investigación, tienen géneros muy diferentes, uno se especializa en música Colombiana y el otro en Rock, sin embargo, los dos utilizan la misma estructura que se basa en emisión de música acompañada por locución, en la que los realizadores hablan de las canciones y se dan algunos datos relacionados con el artista, el género musical o el tema que se está escuchando. En ocasiones se presentan formatos diferentes, como ranking o programas especiales.

---

<sup>11</sup> Dato suministrado por Rodolfo Gomez, primer director de Javeriana Estéreo. Cali

*Factor RH, Rock en tus venas*<sup>12</sup> se emite diariamente por Unicauca Estéreo desde enero de 1997, con una programación que incluye: lunes: vieja guardia; martes: la frontera entre el 20 y el 21; miércoles: metal; jueves: rock en español; viernes: clásicos y sábados: especiales. Su propuesta radial tienen la misión de “Generar, apoyar y difundir expresiones culturales juveniles con el fin de promover un reconocimiento de valores que fortalezca la identidad y los procesos educativos, recreativos e informativos de quienes han tomado una manifestación artística, cultural, deportiva, social, política o espiritual como elemento esencial de su proyecto de vida” (Propuesta Radial Factor Rh, s.f. p 2)

Inicialmente el programa estaba dirigido a jóvenes, pero ese público ya creció y no entra en esa categoría aunque siguen siendo oyentes, al igual que sus hijos y las nuevas generaciones que se sienten identificadas con ese género, y aunque es un programa con un enfoque musical, tiene objetivos que los encaminan en acciones académicas y culturales. “No somos un programa educativo en el sentido estricto de una clase pero sí se habla de direccionar, hacer entender, explicar fenómenos sociales y musicales a través de lo que se emite entonces sí estamos educando o al menos estamos generando una inquietud musical” (J. Betancur, comunicación personal, 09 de diciembre de 2016)

*Nuestra Música Colombiana* es otro de los espacios radiales que se emite diariamente por Unicauca Estéreo y se enfoca en presentar los diferentes ritmos, músicas y melodías características de cada región del país. “En Colombia hay diferentes regiones y diferentes departamentos, en cada uno hay un ritmo que lo caracteriza, algunos parecidos, pero también hay bastantes diferencias, en el Pacífico tienen unas melodías y unas formas de cantar, la costa atlántica tienen otras diferentes, la región andina tiene sonidos característicos de Colombia que son conocidos en el exterior, los Llanos Orientales igual”. (V.E. Moncayo, comunicación personal, 26 de abril de 2016)

---

<sup>12</sup> “La filosofía del espacio radial, el cual es el eje articulador y proyecto principal del Grupo Factor RH, rock en tus venas, se ha caracterizado desde sus inicios por mostrar los diferentes géneros musicales dentro del mundo del Rock así como su cultura, pasando por el metal, el pop, el rock, el rock en español y otras manifestaciones musicales, literarias y plásticas” (Propuesta Radial Factor Rh, s.f. p 2)

El programa, que dura una hora diaria, utiliza un esquema muy básico y consiste en presentar canciones y antes o después de un bloque musical se habla de los temas que emiten. En ocasiones la información es más amplia y presentan un contexto profundo relacionado con este género para que el oyente conozca datos importantes sobre la música que está escuchando, teniendo en cuenta que el público objetivo son personas adultas mayores de 35 años de edad.

Generalmente y desde un comienzo se pensaba en público adulto, pero como el tiempo ha ido cambiando, los jóvenes han estado acercándose un poco más a la música colombiana, debido a varias cosas que se han presentado en el país, entonces hoy por hoy es una alternativa más de la juventud también. (Moncayo, 2016)

Para Javeriana Estéreo Cali, la música representa la consolidación de una imagen ante los oyentes, quienes los identifican dentro de un determinado estilo musical, de esta forma tienen un público cautivo que conoce el contenido de la programación, aunque en menor medida presentan programas especializados en otros géneros que también logran cautivar a un sector de la audiencias.

El ejemplo son los programas especializados que tenemos acá, hay programas de salsa, pero quienes lo hacen son personas que conocen del tema, son coleccionistas y entonces colocan una canción y contextualizan esa canción, no sólo se programa la canción sino que también se le da al oyente una información básica sobre el álbum, el artista, todo lo que está alrededor de la canción que van a escuchar o escucharon. En este tipo de programas se hace esa clase de manejos contextualizados para darle una información adicional a la gente y va más allá de colocar la canción. (D. Sanchez, comunicación personal, 16 de marzo de 2017)

Tanto Javeriana Estéreo Cali, como Unicauca Estéreo tienen en común que la mayoría de sus programas musicales son realizados por especialistas que conocen muy bien el tema que abordan, cuentan con el apoyo de coleccionistas, melómanos, entre otros. Eso no quiere decir que otro tipo de emisoras no hagan lo mismo, pero en las universitarias, esta situación prevalece y marca la diferencia en el contenido. Teniendo en cuenta que gran parte de su programación es musical, habría que preguntarse si con este tipo de programas también se construye un modelo educativo.

Se debe empezar resaltando que la música es una forma de comunicación que transmite un mensaje, el cual muchas veces produce un impacto en el público, por lo tanto su papel es muy importante y debe ser pensado y planeado dentro de un modelo educativo de la radio. “la música y cuanto la rodea aproxima personas de diversa nacionalidad, distintas razas y credos; el

consumo, que además de ser intercambio, crea éticas, conductas y procesos de distinción” (Valderrama, 2000, p 4).

Los medios de comunicación incluyendo la radio, pueden despertar sentimientos y provocar emociones, la música contribuye en gran medida a que esto ocurra, su esencia permite descubrir y percibir el mundo de otra forma. “El mundo musical está formado también por procesos, estructuras, actitudes, valoraciones, transformaciones, funciones, comportamientos rituales, significaciones, etc. El fenómeno musical no nos debe interesar sólo como cultura, en el sentido más restringido de patrimonio, sino también como elemento dinámico que participa en la vida social de la persona, y al mismo tiempo la configura» (Martí, 2000, p 260).

La música es un producto social que hace parte de la cotidianidad de las personas, también es una expresión cultural que refleja el sentir de un pueblo, por esa razón se debe desmitificar la idea de que los programas de género musical no educan. “un contenido dirigido, bien enfocado musicalmente hablando, también aporta y puede volverse un contenido cultural y educativo bastante interesante”. (Betancur, 2016) Su contenido puede ayudar a formar sueños, ilusiones o subjetividades. En los programas musicales que se emiten en la radio universitaria, generalmente hay una persona que se encarga de hacer la contextualización, de brindar información al oyente para que entienda y se apropie más de lo que está escuchando.

La música también le aporta a la gente pero de una manera más lúdica. La música aporta descanso, una manera de pensar y reflexionar, entonces, lo que hace uno como locutor es darle información para que se culturalicen y aprendan cosas. Es importante que la gente sepa que no sólo en los programas de contenido pueden aprender algo, sino también en nuestros programas, aunque claro no todas las emisoras lo hacen, por eso no es el simple hecho de colocar música, es complementarla con información útil. (V.E. Moncayo, comunicación personal, 26 de abril de 2016)

En la radio universitaria tratan que el contenido esté mediado por una propuesta pedagógica en la cual se explica al oyente cuál es el género, el artista y le de datos importantes que sean de su interés. “La música tiene que ir acompañada de una pedagogía sobre la misma música. Cuál es el género, cuál es el compositor, cómo es la melodía, en que tiempo fue escrita, cuántas versiones se han hecho de esa misma canción, entonces es educarse y formarse hasta con estos programas musicales”. (F. Urrea, comunicación personal, 26 de abril de 2016)

Este tipo de emisoras también busca formar audiencias, parten de que el gusto musical se puede trabajar, por eso en muchos casos presentan música nueva que no se programa en otro tipo de emisoras.

La música es un canal de formación impresionante, por eso nos enseñan rondas infantiles y no nos las enseñan porque suenen bonito, sino porque hay elementos que te van formando en ciertas conductas. Entonces el abecedario te lo enseñan cantando, te enseñan arroz con leche, donde uno quiere conocer una muchacha de la capital, que sepa cocer, que sepa bordar ... y todas esas cosas no las analizan porque hay muchos problemas de fondo, como por ejemplo quienes están en frente de las emisoras. (J.C Granada, comunicación personal, 04 de noviembre de 2016)

Aunque como se mencionó anteriormente, en la radio universitaria quienes realizan los programas musicales tienen un amplio conocimiento sobre el tema y pueden hablar y explicar sus contenidos, es importante señalar que si se habla de educación a través del género musical, no necesariamente se basa en la persona que presenta el contenido porque las letras o los ritmos, por si solos están proponiendo unos pensamientos y esquemas que influyen en las percepciones que se crean en los oyentes.

La música por sí sola educa, crea una mentalidad. Por ejemplo el reggaetón está formando una generación, que están pensando que la relación es netamente instintiva y animal. La música influye por sí sola, si yo todo el día estoy escuchando un tipo de música y un tipo de letra me voy formando una mentalidad. Ahí habría una categoría y es ver cómo la música educa para una cosa o para otra, para bien o para mal, dependiendo de los valores con que se lo analice. La música crea un concepto y el día que no quieras sin pensarlo tu estas cantando eso, no es sino que lo escuchen tres veces y terminan repitiendo la letra, ¿por qué?, porque la radio es reiterativa y la música tiene una cosa muy linda y es que llega a la epidermis, a la piel, crea sensaciones, tiene color, tiene sabor, crea sensaciones, te hace sentir alegre, triste, aburrido o amargado. Cuando hay gente que escucha sólo música de despecho tiene una mentalidad fatalista que está segura que su pareja lo está engañando porque es que se lo repite tanto la canción que termina creyéndose eso. (A. D. Montoya, comunicación personal, 15 de julio de 2016)

En conclusión, el modelo educativo de una radio universitaria también se ve reflejado a través de los programas de contenido musical que transmiten, partiendo de la base de que la música no sólo representa sentimientos, sino que también transmite ideas y formas de concebir el mundo. Por eso cada estilo, género o artista que seleccionan y que incluyen en la parrilla de programación, está inserto dentro de una línea conceptual que contribuye a fortalecer el proyecto comunicativo que tienen como emisoras, que a su vez representan a una institución educativa de nivel superior.

## CAPÍTULO VIII

### 7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Todos los medios de comunicación educan, de forma consciente o inconsciente, para bien o para mal, depende de los valores y principios con que se los evalúen, pero todos tienen un enfoque educativo que se ve reflejado en los contenidos que transmiten y que causan algún tipo de impacto en el público. De todos los medios, la radio ha desempeñado un papel muy importante en esta labor y eso incluye a las emisoras Universitarias, por eso el presente proyecto de investigación buscaba responder ¿Cuál es el componente educativo implementado por las Emisoras Universitarias Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo - Cali?

Las emisoras universitarias tienen un enfoque académico que se ve reflejado en la parrilla de programación, en los contenidos de los programas, los tratamientos que se le dan a la información, la música que emiten, el público al que abordan y los productores o realizadores radiales quienes en su mayoría son docentes, investigadores o funcionarios de la misma institución de educación superior.

El proyecto comunicativo y la misión de las dos emisoras universitarias hacen énfasis en el tema de la educación, el cual señalan como una de sus principales objetivos y aunque hay documentos institucionales como el manual de estilo que comparten casi todas las emisoras universitarias, no hay nada que especifique cómo lo van a hacer, que concrete el concepto de educación del cual van a partir y cómo se verá reflejado en cada espacio y contenido que se emita en su programación. Sin embargo tienen claro que educar no es dar clase por radio y saben que un programa de contenido académico no convierte al oyente en un profesional en dicha área.

Si escucho Consultorio Jurídico donde hay un docente que trata de poner en un lenguaje radial y cotidiano un tema jurídico algo se aprende, pero no quiere decir que a través de la emisora vamos a formar gente y a educarla para posteriormente entregarle un cartón o algo que le diga que con el programa se educó. Nosotros lo que hacemos es poner a dialogar este tipo de temáticas, entonces los profesores no dan una cátedra en cada programa, pero si tratan de abordar temas que le puedan servir a la gente. (A. Córdoba, comunicación personal, 28 de abril de 2016)

Cuando se habla de educación y se relaciona con un componente comunicativo se está buscando, de una u otra forma, generar un cambio y promover una transformación, ya sea en la

forma de pensar, de actuar o de percibir el contexto. Los mensajes que se producen y se emiten por los medios, están concebidos para que “los destinatarios tomen conciencia de su realidad», o «para suscitar una reflexión», o «para generar una discusión»” (Kaplún. 2010, p 17). Pero para que haya una discusión debe haber diálogo y conocer al interlocutor, en este caso los oyentes. Sin embargo, las emisoras universitarias no tienen claro cuál es el público al que realmente están impactando con su programación.

La universidad decide y da, y la comunidad recibe y ejecuta, la universidad se comporta como la institución superior que refleja una alta forma de cultura y de vida, mientras el receptor, la comunidad en su conjunto o el pueblo en particular, representa la inferioridad o carencia de la cultura y la vida” (Bernheim, 2003, p 74)

Teniendo como referencia algunos conceptos que relacionan la educación con la comunicación, se podría plantear que este tipo de emisoras implementan un modelo vertical o bancario<sup>13</sup>, que se basa en la educación que informa pero no forma y se limita a transmitir información desde una persona que se supone sabe a otros que no tienen esos mismos conocimientos, “dicta ideas, no hay intercambio de ideas. No debate o discute temas. Trabaja sobre el educando (...) El emisor es el educador que habla frente a un educando que debe escucharlo pasivamente” (Kaplún 2010, p 24 y 25). La radio Universitaria considera que educa simplemente porque emite desde un contexto académico respaldado por personas que conocen y son expertos en el tema que abordan, pero muchas veces eso no es suficiente.

La radio universitaria deambula entre la educación no formal, con aquellos programas de contenido pensados específicamente en aportar a través de la difusión de conocimiento al bienestar de la sociedad y en la educación informal, con espacios radiales cuyo objetivo es entretener pero de igual forma comparten información que puede ser de utilidad con el público.

El componente educativo de este tipo de emisoras se ve reflejado en los realizadores radiales que cuentan con un amplio conocimiento en los contenidos que abordan en sus programas, la diversidad de temas (salud, educación, investigación, ciencia y tecnología, entre otros) que conforman la parrilla de programación y los enfoques o tratamientos informativos que presentan.

---

<sup>13</sup> En la concepción Bancaria la educación es “un acto de depositar, de transferir, de transmitir valores y conocimientos, no se verifica, ni puede verificarse esta superación” (Freire, 2005, p 52)

Sin embargo, aunque en la radio Universitaria es evidente que los productores radiales están preparados temáticamente para brindar información de interés y generar impacto en el público, hay otros elementos que también se deben considerar, relacionados con el lenguaje radiofónico y que se utilizan para hacer del mensaje algo más claro, sencillo y de mayor comprensión para los oyentes, no se trata únicamente de simplificar el mensaje, sino de encontrar formatos que logren cautivar la atención del público.

En toda esta estructura y proyección educativa a través de la radio, se debe tener en cuenta que algunas emisoras universitarias están incluidas dentro de los programas de extensión de las Instituciones a las que representan y en algunos casos, como se ha mencionado en capítulos anteriores, se consideran como una herramienta de proyección social. En esa medida el contenido y los esfuerzos deben estar dirigidos a un público externo, que por diversas razones no pueda acceder al conocimiento que circula en el ámbito universitario, por lo tanto este tipo de radios debe pensar en la mejor forma de entablar un proceso educativo con su público, sean de estratos bajos y sectores populares como lo plantea la emisora de la Universidad del Cauca, o sean personas estudiadas, de estratos altos, como es el enfoque de Javerina Estéreo Cali.

En la actualidad prevalece el criterio de la extensión o difusión como el canal de comunicación entre la universidad y la colectividad. Un canal de doble vía, a través del cual la universidad lleva a la sociedad su mensaje liberador y concientizador y a la vez, recoge las inquietudes y expresiones culturales de la comunidad, para regresárselas luego racionalizadas, en un constante diálogo que requiere necesariamente dos interlocutores, ambos de igual importancia e interactuantes” (Bernheim, 2003, p 76).

Si la prioridad es el público externo los contenidos deben estar dirigidos a ellos, la parrilla de programación tendría que responder a las necesidades de la audiencia y no a los intereses y recursos disponibles de las universidades, porque en esa medida se convertirían en medios institucionales al servicio de la imagen corporativa que solo busca visibilizar una carrera, una facultad o un tema y de esa forma no se podría plantear como herramienta de proyección social al servicio de los oyentes.

En este caso, si se determina que lo más importante es el público, las emisoras deberían contar con su propio estudio de audiencias, que les permita saber hasta dónde llega su margen de acción, en qué lugares los escuchan y conocer realmente quienes son sus oyentes, cómo viven

esas personas, cuáles son sus problemáticas, sus sueños, sus fortalezas, su trabajo, sus conocimientos, su lengua, su contexto y a partir de ahí presentar una oferta temática con contenidos que realmente respondan a las necesidades de la región.

Esto no quiere decir que las emisoras no se puedan utilizar para promover el trabajo y los servicios de la institución, solo que no es su prioridad y no se deben agotar todos los esfuerzos en promover su propia imagen, tampoco se puede evitar que tengan contenidos dirigidos a públicos internos (estudiantes, administrativos, funcionarios, directivos) pero no es conveniente cerrar la emisión de espacios radiales a públicos tan reducidos, por lo que habría que pensar en qué formatos, horarios y espacios utilizar para hacer una comunicación interna sin que esto altere la parrilla de programación.

Aunque es claro que el aspecto institucional es importante, porque en últimas están representando el nombre de una organización, por eso su estructura radial, su perfil y su contenido debe estar acorde a unos lineamientos universitarios basados en la educación superior. Sin embargo, la comunicación institucional no debería ser más importante y tampoco tendría que afectar las dinámicas mediáticas, como por ejemplo ocurre en la emisora de la Universidad del Cauca que modifica tres veces por año la parrilla de programación<sup>14</sup> porque los funcionarios salen a vacaciones, sin pensar en los oyentes, en esa audiencia cautiva de cada programa.

Las emisoras Universitarias como medios institucionales además de proyectar una buena imagen de la academia, tienen el compromiso de aterrizar los conocimientos que circulan en las aulas y hacerlo con un lenguaje sencillo, de tal manera que los oyentes sin importar su nivel académico o su estrato social lo puedan entender. Además, tienen que generar confianza y credibilidad porque lo que se dice tiene unas bases científicas que pueden beneficiar al público y quienes lo dicen (los productores radiales) tienen el conocimiento necesario para brindar información oportuna y veraz.

---

<sup>14</sup> Programas como “Factor RH, Rock en tus venas” continúan emitiéndose de forma normal, a diario, a veces en vivo y en ocasiones pregrabado para no perder la audiencia que tienen cautiva. Algunos espacios radiales retransmiten programas atemporales que se habían emitido previamente y otros programas son reemplazados con la emisión de música.

Ahora bien, las emisoras universitarias como medios de comunicación tienen la obligación de pensar en el oyente y proponer temáticas y contenidos que cautiven al público, que le llegue a más personas y para eso deberían utilizar un lenguaje sencillo, dinámico y apropiado que aterrice en la práctica todo el conocimiento teórico que circula en la academia, que proponga formatos diferentes, que generen impacto y resalten el valor y la creatividad de la radio y presenten una parrilla de programación que responda a las necesidades del contexto donde tiene injerencia.

Los medios necesitan re-conocer los imaginarios de sus oyentes, saber qué piensan del país, la ciudad, la vida en general, cuáles son sus dinámicas comunicativas (...) significa comenzar a crear las condiciones mínimas para el diálogo, para la contrastación respetuosa pero crítica entre visiones diferentes, para la construcción con y en la diversidad cultural de proyectos conjuntos de sociedad. (Valderrama, 2000, p 9)

La Red de Radios Universitarias a nivel nacional señala dentro de sus propósitos como medios de comunicación e institucionales la difusión cultural<sup>15</sup> que se cumple en gran parte de la programación; la divulgación académica<sup>16</sup> que se ve reflejada en algunos contenidos; la proyección social<sup>17</sup> que se supone es uno de sus principales objetivos al que apunta casi todos los esfuerzos y por último la experimentación radial, que hace referencia a la creación de nuevos formatos radiales. Pero si se analiza detenidamente los programas que se emiten a diario se podrá evidenciar que se siguen utilizando formatos básicos y tradicionales, no hay innovación, no hay propuestas experimentales -salvo un par de excepciones-, no hay liderazgo en el sentido de ser un punto de referencia para las demás radios que siguen apostándole a este medio como una alternativa fuerte e importante en los procesos de comunicación y en este caso de educación.

La radio universitaria esta llamada a buscar una manera creativa de explorar formatos, con el lenguaje radiofónico, combinando géneros, apelando a los dramatizados, a los formatos periodísticos, al sonido, a la exploración sonora, a buscar formas interesantes y divertidas de

---

<sup>15</sup> **Difusión Cultural:** transmisión programas de interés cultural para la formación de públicos en el conocimiento de la música de las diversas regiones del país y del mundo, transmisión de eventos, magazines, programas temáticos, programas de radios internacionales, informativos, etc.

<sup>16</sup> **Divulgación Académica:** difundir la ciencia y la educación, estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, apoyar el proyecto educativo nacional.

<sup>17</sup> **Proyección Social:** servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Formación de ciudadanos, participación, inclusión, diversidad, convivencia, cultura ciudadana.

contarle a la gente lo que se logra en términos de conocimiento en las universidades en cuanto a divulgación científica, artística, ambiental y política. (J.L. Valderrama, comunicación personal, 05 de diciembre de 2016)

La radio Universitaria esta llamada a educar y para hacerlo debe romper ese paradigma academicista y ese estigma que hace pensar que solamente le habla a sus pares, es decir a la comunidad universitaria, en donde se hacen programa de estudiantes para estudiantes, de docentes para docentes, de funcionarios para otros funcionarios y al final termina encerrada en sí misma. En su labor de educar esta llamada a explotar la gran ventaja que tiene al estar cerca a los espacios de construcción de conocimiento, el reto es sacar todo ese saber de los círculos intelectuales y acercarlo a la gente, en un lenguaje sencillo que pueda ser comprendido por todas las personas.

En síntesis, y partiendo del hecho de que todos los medios de comunicación educan y la radio universitaria no es la excepción, su programación, sus contenidos, sus productores y toda su estructura tienen un enfoque educativo, pero no logran impactar al oyente en la forma en que desean, porque no tienen claro quién es su público, ni el lenguaje que se debe utilizar para transmitir el mensaje. Entonces se puede decir que hay un modelo y una propuesta educativa planteada desde la universidad a partir de su conveniencia y sus recursos, pero no hay un proceso educativo que se geste desde el diálogo y la interacción con los otros, es decir con la audiencia a la que quieren llegar.

Es una educación bancaria, como se mencionó anteriormente. Por eso el reto, si se quiere alcanzar ese deber ser de una radio universitaria y realmente aportar a la proyección social de su entorno, además de involucrarse con la ciudad, de llevar la radio fuera del estudio y mezclarla con los espacios cotidianos de la gente, es encontrar herramientas pedagógicas que se basen en el lenguaje radial y en las narrativas cotidianas de la audiencia y a partir de ahí crear procesos cognitivos que permitan el intercambio de conocimientos.

## 8 BIBLIOGRAFIA

Abril E. (2010). “El colegio más grande de Colombia: El bachillerato por Radio” en: Cuéntame una historia de Radio. Radio Nacional de Colombia. 14-25.

Alfaro, R. M. (1994). Educación y comunicación: ¿ a la deriva del sentido de cambio. Comunicación, educación: coordenadas, abordajes y travesías. Bogotá: Siglo del Hombre.

Alfaro R. M. (2012). Comunicación y educación: una alianza estratégica de los nuevos tiempos. Signo y pensamiento, 18(34), 9-18.

Alonso del Corral, A., & del Corral, A. A. (2004). Los medios en la comunicación educativa: una perspectiva sociológica.

Althusser, L., & Acosta, H. R. (1974). Ideología y aparatos ideológicos de Estado.

Aparici, R. (1996). La revolución de los medios audiovisuales: educación y nuevas tecnologías (No. 42). Casa de Velázquez.

Balsebre, A. (1994). El lenguaje radiofónico.

Barroilhet, P. C. (1981). La educación en América Latina. Editorial Limusa.

Bernheim, C. T. (2003). La universidad ante los retos del siglo XXI. UADY.

Buendía, A. (2006). Jóvenes, radio y ciudadanía. Jóvenes, radio y ciudadanía. Ediciones Axis Mundi

Burbano, J. A, Cuéllar J. D. & García S. (2013). “Diagnóstico y Diseño de una Estrategia Comunicativa en la Emisora Unicauca Estéreo”. Tesis de Comunicación Social. Universidad del Cauca. Colombia

Campo E. A. & Solarte, L (2006). “Análisis de la propuesta educativa de radio universidad del cauca”. Tesis de Comunicación Social. Universidad del Cauca. Colombia

Colman, C. M. P., & del Val Ripollés, F. (2009). El rock como campo de producción cultural autónomo. Autenticidad y producción discográfica durante la constitución del rock. Intersticios. Revista sociológica de pensamiento crítico, 3(2).

Cuesta M., Óscar Julián (2012). “Historia de la radio universitaria: estudios de caso de la emisora de LAUD Y UN Radio”. Ánfora 20 (34), 97-115. Tesis de Maestría. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538.

- De Miguel, S. & de Miguel Badesa, S. (1995). Perfil del animador sociocultural. Narcea Ediciones.
- El'Gazi, J. (2000). Que suene la radio. Guía de trabajo del taller de producción radial, Bogotá, Unidad de Radio del Ministerio de Cultura.
- Esteinou, J. (1998). Sociedad moderna, medios de comunicación y transformación educativa. Disponible en línea: [redalyc.uaemex.mx/pdf/270/27028402.pdf](http://redalyc.uaemex.mx/pdf/270/27028402.pdf) (Recuperado el 23 de Julio del 2012)
- Freire, P. (1969). Extensión o comunicación (Vol. 16). Icirá.
- Freire, P. (1978). La educación como práctica de la libertad. Siglo xxi.
- Freire, P. (2005). Pedagogía del oprimido. Siglo xxi.
- Galeano, M. E. (2012) “Estrategias de investigación social cualitativa. El giro en la mirada”. La carreta Editores E.U.
- Garrido, M (2009) “Archivos Sonoros Radio Sutatenza” en Música, radio y documentos sonoros. Memorias del seminario internacional Radio Nacional De Colombia.
- Gaviria, G. (2013). “La radio Universitaria en Latinoamérica y el Caribe: un instrumento de acción Social” en La radio, más viva y compañera que nunca.62-71. Radio Nederland Wereldomroep
- Geuzwein, F. (1983). Los medios de comunicación de masas y las nuevas tareas de formación del personal docente. *Perspectivas*, 3, 2.
- Gómez Concha, R. (2007). La radio en Colombia. MERAYO, Arturo (compilador) La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva. La reserva, Sevilla, 138-160.
- Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. *Sociedad y comunicación de masas*, 357-392.
- Hall, S. (1982). El redescubrimiento de la ideología: El retorno de lo reprimido en los estudios de medios. *Culture, Society and the Media*. Traducción: Silvina Berti. Depto de Ciencias de la Comunicación. UNRC. Londres, Río Cuarto, 56-90.
- Hormigos, J., & Cabello, A. (2004). La construcción de la identidad juvenil a través de la música. *Revista Española de Sociología*, 4(1), 259-270.
- Jamison, D. T., & McAnany, E. G. (1981). La radio al servicio de la educación y el desarrollo (No. 14). Ministerio de Educación.

- Kaplún, M. (1992). A la educación por la comunicación: la práctica de la comunicación educativa. UNESCO/OREALC.
- Kaplún, M. (1999). Producción de programas de radio: el guión, la realización. Editorial "Quipus" - Quito-Ecuador
- Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación (Vol. 10). Ediciones de la Torre.
- Kaplún, M. (1998). Procesos educativos y canales de comunicación. *Comunicar*, (11).
- Malbrán, C. (2010). La radio como herramienta pedagógica: experiencias en el uso de la radio como instrumento de desarrollo. Buenos Aires.
- Marino, R. A. (2005). Medios de comunicación y educación. *Revista de educación*, (338), 85-99.
- Martín, J. (1998). De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello.
- Martín, J. (2003). La educación desde la comunicación (Vol. 18). Editorial Norma.
- Masterman, L. (1983). La educación en materia de comunicación: problemas teóricos y posibilidades concretas. *Perspectivas*, 13(2), 191-200.
- Masterman, L. (2000). La educación para los medios: objetivos, valores y autopistas. Texto integrante da Homepage do Curso Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación/Uned/Madrid.
- Masterman, L. (2010). La enseñanza de los medios de comunicación (Vol. 1). Ediciones de la Torre.
- Mata, M. C. (1993). La radio: una relación comunicativa. *Diálogos*, (35).
- Mata, M. C., & Scarafía, S. (1993). Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico. *Aler*.
- Mata, M. C. (1998). Saber sobre la radio. *Signo y pensamiento*, 17(33), 91-98.
- Mata, M. C. (1999). Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, 295-324.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (2013). Historia de las teorías de la comunicación.
- Moreno, R. M. A. (1999). Comunicación y educación: una alianza estratégica de los nuevos tiempos. *Signo y pensamiento*, 18(34), 9-18.

- Mesa, N. A. & Vargas, A. (2014) "Perspectiva Educativa De La Radio Universitaria". Revista Fundación Universitaria Luis Amigó. Vol. 1 N° 1. 42 - 49
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*, (8).
- Peña, C. (2005). Igualdad educativa y sociedad democrática. Políticas educativas y calidad. Reflexiones del Seminario Internacional, 21-311.
- Peppino, A. M. (1999). Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina: origen, evolución y perspectivas. Plaza y Valdes.
- Perkins, J. E. P. (2008). Una introducción a la educación a distancia. Fondo de Cultura Económica.
- Prieto, D. (1999). La comunicación en la educación. La Crujía.
- Prieto, I., Rincón, E. D., & Ramos, M. A. (2008). Experiencia educativa de la radio en América Latina. Revista de ciencias sociales, 14(1), 63-72.
- Rincón, Omar. (1998) "La radio en la Universidad Javeriana" en "El Hilo de Ariadna". Recuperado de: <http://www.radio.uady.mx/ariadna/articulos/javeriana.html>
- Sarrate Capdevila, M., & Pérez Serrano, G. (2003). Programas de animación sociocultural.
- Soares, I. (2000). La comunicación/educación como nuevo campo de conocimiento. Carlos Eduardo Valderrama, Comunicación-educación, coordenadas, abordajes y travesías, Bogotá, Universidad Central, 27-47.
- Torres, W. (2000). Catálogo de las naves aqueas. Introducción lineal a un campo estratégico del conocimiento en las llamadas sociedades periféricas. C. Valderrama, coord., Comunicación-Educación. Coordenadas, abordajes y travesías, Bogotá, Universidad Central, Siglo del Hombre, 49-64.
- Trilla, J. (1993) "Otras Educaciones, animación Sociocultural, formación de adultos y ciudad educativa". Universidad Pedagógica Nacional.
- Trilla, J. (1997). Animación sociocultural: teorías, programas y ámbitos. Barcelona: Ariel.
- Valderrama, C. E. (2000). Comunicación-educación: un nuevo escenario. Nodos y Nudos, 2(8).
- Valderrama, C. E. (2000). Comunicación-educación: coordenadas, abordajes y travesías. Siglo del Hombre Editores.
- Winocur, R. (2002). Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio. Gedisa.
- Wolf, M. (2016). La investigación de la comunicación de masas.

**DOCUMENTOS INSTITUCIONALES:**

Congreso de la República de Colombia (2009). Ley 1341 de 2009. Recuperado de:  
[http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707\\_documento.pdf](http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707_documento.pdf)

Departamento Nacional de Planeación (2014). Plan Nacional De Desarrollo 2014 – 2018.  
Recuperado de: <https://www.minagricultura.gov.co>

Factor Rh (Sin Fecha). Documento descriptivo del programa. Suministrado por Javier Betancur.

Javeriana Estéreo Cali, (Sin fecha). Manual de Estilo. Rescatado de:  
<https://www.javerianacali.edu.co>

Javeriana Estéreo Cali (2013). Proyecto Comunicacional De La Emisora Javeriana Cali 107.5 Fm Recuperado de: <https://www.javerianacali.edu.co/sites/ujc/files/node/field-documents>

Ministerio De Tecnologías De La Información y Las Comunicaciones – MinTic- .(2010). Resolución Número 00415. Recuperado de: <https://www.mintic.gov.co>

Ministerio de Educación Nacional (2006). Plan Nacional Decenal De Educación 2006 – 2016.  
Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co>

Pontificia Universidad Javeriana (1992). Proyecto educativo de la Universidad Javeriana.  
Recuperado de: [www.javerianacali.edu.co](http://www.javerianacali.edu.co)

Pontificia Universidad Javeriana (2007). Política de responsabilidad social universitaria.  
Recuperado de: [www.javerianacali.edu.co](http://www.javerianacali.edu.co)

Unicauca Estéreo, (Sin fecha). Antecedentes Históricos. Recuperado de:  
<http://www.unicauca.edu.co/sitioemisora/content/la-emisora>

Unicauca Estéreo, (sin fecha). Manual de Estilo. Suministrado por la Emisora.

Universidad del Cauca, (Sin fecha). Plan Estratégico de Comunicación Organizacional.  
Suministrado por la Emisora

Universidad del Cauca, (2013) Plan de Desarrollo Institucional 2013 – 2015. Recuperado de:  
[www.unicauca.edu.co](http://www.unicauca.edu.co)

## 9 ANEXOS

### 9.1 FICHAS DE ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS ANALIZADOS EN UNICAUCA ESTÉREO

#### AMOR A LA SALUD

Nº	Fecha	Tema
1	16/10/2015	Prevención del consumo de alcohol, previniendo la salud mental del adulto.
2	06/11/2015	Control del consumo de alcohol.
3	20/11/2015	Programa Famy Clown
4	29/04/2016	Celebración del día mundial de la actividad física
5	06/05/2016	Salud laboral. Iniciativa programa empresa saludable
6	13/05/2016	Marcha por la vida realizada el 7 de mayo
7	20/05/2016	La cultura del Autocuidado
8	10/06/2016	Vocación de servicio – Historia de vida de Un invitado
9	13/11/2015	Practica del ejercicio físico en diferentes situaciones.
10	17/ 06/ 2016	Practica del ejercicio físico en diferentes situaciones.

#### CONSULTORIO JURÍDICO

Nº	Fecha	Tema
1	10/09/2015	(TICS) Reglamentación sobre seguridad y privacidad de la información dejada en Web
2	08/10/2015	Derecho a morir dignamente- Derecho a la Eutanasia.
3	03/12/2015	Adopción por parejas del mismo Sexo.
4	21/01/2016	Certificados de defunción para las personas que fallecen en el área rural.
5	28/01/2016	El acoso laboral vs acoso sexual
6	18/02/2016	Plan de beneficios en salud con cargo a la UPC -unidad de pago por capitación
7	10 /03/2016	Traslado de pacientes a otras ciudades para consultas médicas
8	05/05/2016	Derecho Laboral
9	26/05/2016	Vencimientos de términos.
10	16/06/2016	El sistema de Pensiones (Sentencia T 173 de 2016)

## 9.2 FICHAS DE ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS ANALIZADOS EN JAVERIANA ESTÉREO CALI

### INGENIUM

Nº	Fecha	Tema
1	24/01/2016	Teoría de Códigos
2	07/02/2016	Agua. Formación de ríos
3	14/02/2016	Reescritura lógica, para qué sirve y cómo se aplica
4	21/02/2016	Escarabajos
5	28/02/2016	Física Elemental Experimental
6	06/03/2016	Qué es logística, para qué sirve la Ingeniería Industrial
7	03/04/2016	Genética – Epigenética
8	22/05/2016	Robótica
9	12/06/ 2016	Exportaciones en Colombia y economía internacional.
10	24/07/2016	Corales y la importancia para el ser humano y los ecosistemas.

### CITA CON LA SALUD

Nº	Fecha	Tema
1	22/08/2015	Inicio de la Facultad de Medicina
2	13/02/2016	Epigenética
3	27/02/2016	Carrera de Enfermería
4	13/08/2016	Programa de Nutrición de la Universidad Javeriana
5	03/09/2016	Medicalización de la vida.
6	10/09/ 2016	Medicina Nautoripática
7	17/09/2016	El bulling
8	24/09/2016	Duodécimo Congreso Americano de Morfología
9	08/10/2016	Plastinación
10	05/11/2016	Biología del Cáncer

### 9.3 LISTADO DE PERSONAS ENTREVISTADAS EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

NOMBRE	CARGO	FECHA	TEMA
Rodolfo Gómez Concha	Ex Director de Javeriana Estéreo – Cali.	22 de junio de 2016	Propuesta educativa de la emisora Javeriana Estéreo- Cali
Juan Carlos Prado	Director Javeriana Estéreo. Cali	23 de junio de 2016 y 05 de diciembre de 2016	Propuesta educativa de la emisora Javeriana Estéreo- Cali
Álvaro Córdoba Bernal	Director Unicauca Estéreo	28 de abril de 2016	Propuesta educativa de la emisora Unicauca Estéreo
Carlos Alberto Valencia	Ex jefe de la División de Comunicaciones de la Universidad del Cauca	14 de febrero de 2017	Propuesta educativa de la emisora Unicauca Estéreo
Flordelis Urrea	Productora de Planta de la emisora Unicauca Estéreo	26 de abril de 2016	Propuesta educativa de la emisora Unicauca Estéreo
Victoria Eugenia Moncayo	Productora de Planta de la emisora Unicauca Estéreo	26 de abril de 2016	propuesta educativa del programa Música Colombiana
Jacob Cuellar	Productor y Realizador del Espacio Radial Consultorio Jurídico	24 de marzo de 2016	Propuesta educativa del programa Consultorio Jurídico
María Lucía Paz Medina	Productora y realizadora del programa “Amor a la Salud” – Unicauca Estéreo	29 de noviembre de 2016	Realización y propuesta educativa del programa Amor a la Salud
Javier Betancur	Productor y Realizador del Espacio Radial “Factor Rh Rock	09 de diciembre de 2016	Realización y propuesta

	en tus venas” – Unicauca Estéreo.		educativa del programa Factor RH.
David Sánchez Riascos.	Coordinador de Programación y Realizador del programa “Conexión” – Javeriana Estéreo Cali	16 de marzo de 2017	Propuesta educativa de la emisora Javeriana Estéreo- Cali
Diana Milena López	Productora del programa “Ingenium” – Javeriana Etéreo Cali.	05 de diciembre de 2016	Realización del programa Ingenium
Luis Eduardo Tobón	Realizador del programa “Ingenium” - Javeriana Etéreo Cali.	13 de febrero de 2017	Propuesta educativa del programa Ingenium.
José Luis Valderrama	Realizador de los programas “Los colegios Cuentan” y “Sintonía Javeriana” - Javeriana Etéreo Cali.	05 de diciembre de 2016	Propuesta comunicativa de la emisora Javeriana Estéreo – Cali
Elhier Hernández Burbano	Presidente, Red de Radio Universitaria de Colombia.	05 de diciembre de 2016	La Radio Universitaria en Colombia
Fernando Rivera	Secretario de la Red de Radios Universitarias de Colombia	12 de diciembre de 2016	La Radio Universitaria en Colombia
Alma Montoya	Docente Corporación Universitaria Minuto de Dios.	15 de julio de 2016	Modelos educativos en la radio Universitaria
Gesie Laso	Docente Universidad del Cauca	09 de diciembre de 2016	Modelos educativos en la radio Universitaria
Juan Carlos Granada	Docente Fundación Universitaria Popayán	04 de noviembre de 2016	Modelos educativos en la radio Universitaria

9.4 PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE UNICAUCA ESTÉREO.

 <b>CARTA DE PROGRAMACIÓN UNICAUCA ESTEREO 104.1 F.M. "EL UNIVERSO SONORO DE LAS CULTURAS"</b> 									
Mayor información: Álvaro Córdoba, Coordinador - Tel: 8209900 Ext: 2476 ó 2453 - I PERIODO DE 2016									
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	HORA	
6:00 - 07:00 am	NUESTRA MÚSICA COLOMBIANA								6:00 - 07:00 am
07:00 - 08:00 am	LA FRANJA					SEMILLAS	SEMILLAS (Rep.)		7:00 - 08:00 am
8:00 - 09:00 am	CIUDAD FELIZ					UN PLAN POR LA NIÑE LOGOS ALREDEDOR DE UN C	SABERES (Rep.)		8:00 - 08:30 am
09:00 - 09:30 am	SABERES	EN LA AGENDA (Re)	FIANZA FELIZ	CONMEMORA RADIO (Re)	CENARIO DEPORTIV	FIANZA FELIZ (Re)	TANGO CITY		8:30 - 09:00 am
09:30 - 10:00 am	MOR A LA SALUD (Re)	LOGOS ALREDEDOR DE UN C	VOZ SINDICAL	CUANDO VUELVAS DEL OLVID	MOR A LA SALU		TOUR		09:00 - 9:30 am
10:00 - 11:00 am	CONEXIÓN JAZZ					ONDA MÁGICA	TRAVESIAS		9:30-10:00 am
11:00 - 12:00 m	BALADAS CON AMOR		ESPECIALES BALADAS CON AMOR		BALADAS CON AMOR	TRAVESIAS	ESCENARIO DEPORTIVO (Re)		10:00 - 10:30 am
12:00 - 01:00 pm	MUSICALIDADES				MUSICALIDADES	CONS. JURIDICO	VOZ SINDICAL (Rep)		10:30 - 11:00 am
01:00 - 02:00 pm	MÚSICA CLÁSICA					RADIO CINEMA	RADIO CINEMA (Rep)		11:00 - 11:30 am
2:00 - 04:00 pm	M E G U S T A					LATIN JAZZ	MUSICALIDA DES		11:30 - 12:00 m
4:00 - 06:00 pm	P A S A P O R T E   E X P R E S S I N T E R N A C I O N A L					CONCIERTO CARIBE (Rep.)	MUNDOFONÍAS		1:00 - 3:00 pm
06:00 - 07:00 pm	F A C T O R   R   H					SOLAR	ALGU		3:00 - 04:00 pm
07:00 - 07:30 pm	EN LA AGENDA	DNMEMORA RAD	ASPU - ANÁLISIS	CONS. JURÍDICO	KIRAMEQUI ONGAKU	ANTILLANO	GOSPEL HITS		4:00 - 04:30 pm
07:30 - 08:30 pm	C A N C I O N E R O				GOCE CUBANO				4:30 - 06:00 pm
08:30 - 10:00 pm	ROMÁNTICAS DE LA NOCHE								6:00 - 07:00 pm
10:00 - 11:00 pm	NUESTRA MÚSICA COLOMBIANA (Rep.)				PACHA RECORDINGS U.J.	RITMOS Y CANTARES	JAZZ EN CLAVE		7:00 - 08:00 pm
11:00 - 12:00 am	MÚSICA CLÁSICA (PODIUM NEERLANDES)				SESSIONS		CONVERSACIO N TIEMPO		08:00 - 09:00 pm
<b>M A D R U G A D A</b>									
12:00 - 1:00 am	MUSICALIDADES (Rep.)				A STATE OF TRANCE	NOCHE LATINA	CONEXIÓN JAZZ		9:00 - 10:30 pm
1:00 - 2:00 am	CONEXIÓN JAZZ (Rep.)						EPIC SOUL MUSI		10:30 - 12:00 am
2:00 - 3:00 am	MÚSICA CLÁSICA (Rep)				PACHA RECORDING	UNDER WAVES	MUSICALIDA DES (Rep.)		12:00 - 2:00 am
3:00 - 4:00 am	CANCIONERO (Rep)				FIN DE SEMANA	MUNDOFONÍAS	TANGO CITY TOUR		2:00 - 3:00 a.m.
4:00 - 5:00 am	BALADAS CON AMOR (Rep)				CONCIERTO CARIBE	NUESTRA MÚSICA COLOMBIANA (Rep.)			3:00 - 4:00 am
5:00 - 6:00 am	BOLEROS					BOLEROS			4:00 a 6:00 am

9.5 PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE JAVERIANA ESTÉREO - CALI

PROGRAMACIÓN JAVERIANA ESTÉREO CALI - 107.5 FM (2015)													
													
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO						
6:30 A.M.	PANORAMA 6 A 9												
7:00 A.M.	MOMENTOS DE REFLEXIÓN (7:00 AM - 7:10 AM)												
8:00 A.M.	PANORAMA 6 A 9 Junto a este programa se emite los zoccos de Bravo y Bravo, Cali Virilla Observe y entreveer a rector de colegio. Tambien el programa Momentos de Reflexión.												
9:00 A.M.	FRANJA MUSICAL					CITA CON LA SALUD	LATINOAMÉRICA ES MI PAÍS						
10:00 A.M.											FRANJA MUSICAL	INGENIUM	
11:00 A.M.												LOS COLEGIOS CUENTAN / EN SINTONIA	
12:00 M.												DOMINGOS DE CLÁSICOS	
1:00 P.M.												BAJO FONDO RADIO CLUB	
2:00 P.M.						CONEXIÓN 2 A 4						FUSIÓN	THE ORACLE (REPETICIÓN)
3:00 P.M.												AUDICIÓN LATINA	ROMPECABEZAS
4:00 P.M.												JAZZ EN CLAVE	FRANJA MUSICAL
5:00 P.M.						RADIO EXPRESS						PROGRAMACIÓN SALSA	
6:00 P.M.													
7:00 P.M.	THE ORACLE												
8:00 P.M.													
9:00 P.M.	DADA0												
10:00 P.M.													
11:00 P.M.													
12:00 P.M.													
1:00 A.M.													
2:00 A.M.													
3:00 A.M.													
4:00 A.M.													
5:00 A.M.													