

## Educational perspective of college radio

# PERSPECTIVA EDUCATIVA DE LA RADIO UNIVERSITARIA

## Estudio de caso Sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia

Case Study Educational Radio System Antioquia University

**Nubia Amparo Mesa Granda<sup>20</sup>**

**Ancízar Vargas León<sup>21</sup>**

### Resumen

La radio ha influido en las decisiones y comportamientos de los oyentes desde su aparición. Su alta capacidad de penetración y su lenguaje oral, la hacen un vehículo ideal para aportar al desarrollo de las comunidades, especialmente aquellas con niveles de educación bajos y pocas posibilidades de acceso al sistema educativo; aunque esas potencialidades se han diluido al convertirla, muchas veces, en simple tribuna para anunciar productos. Por eso, las radios universitarias son consideradas una opción para aportar contenidos que estimulen en las audiencias, procesos de apropiación del conocimiento y de reflexión crítica frente a su entorno. Este artículo, producto de la 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 la Facultad de Comunicación Social de la Funlam, presenta una aproximación a los fines que se persiguen y las estrategias que se plantean en la realización de los programas emitidos a través del Sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia. Al hacer un análisis de su programación se logra visualizar la concepción de radio educativa que acompaña la realización de los espacios y las dificultades que se enfrentan para concretar ese objetivo educativo.

### Palabras clave

Radio universitaria, radio educativa, audiencias, programación, rutinas de producción.

<sup>20</sup> Especialista en Docencia Investigativa Universitaria de la Fundación Universitaria Luis Amigó y Comunicadora Social-Periodista de la Universidad de Antioquia. Profesora de tiempo completo de la Funlam. Realizadora de radio y televisión. Medellín- Colombia. Correo: nubia.mesagr@amigo.edu.co

<sup>21</sup> Comunicador-Periodista U de A. Especialista en Comunicación Organizacional UPB. Especialista en Docencia Investigativa Universitaria. Decano Comunicación de la Funlam. Magister en Educación y Desarrollo Humano U. Manizales – Cinde. Estudiante Doctorado en Comunicación - Uniace Chile. Correos: ancizar.vargasle@amigo.edu.co ancizarvargas@gmail.com

## **Abstract**

Radio has influenced the decisions and behavior of listeners since the beginning. Its high penetration and oral language, make it an ideal vehicle to contribute to the development of communities, especially those with low education levels and inadequate access to education; although these potential have been diluted to make, often, a mere platform to advertise products. This is why college radio is considered an option to contribute content to stimulate the hearings, processes of appropriation of knowledge and critical thinking to the environment. This article is a product of Research Sense of education in the education system of the radio programs of an educational denominated in the public interest station Universidad de Antioquia, conducted by Facultad de Comunicación Social of FUNLAM presents an approach to the end pursued and the strategies that arise in the implementation of the programs broadcast by Radio Educational System of the University of Antioquia. On analysis of its programming is achieved conception radio display accompanying educational performing spaces and the difficulties faced to realize the educational objective.

## **Key words**

Radio academic, educational radio, audiences, programming, production routines.

## La voz de la Universidad

La primera emisora universitaria de Colombia y de América Latina es la Emisora Cultural Universidad de Antioquia, que nace en 1933 y desde entonces fue concebida como un medio de comunicación abierto, plural y respetuoso de las manifestaciones culturales del mundo, del derecho internacional a la información y de los lineamientos institucionales de esta institución. Surgió como resultado de la experimentación física de dos profesores, José J. Sierra y Próspero Ruiz, quienes conformaron una emisora casera de onda corta con una banda de 62 metros; pero el intento traspasó las fronteras y consiguió hacerse escuchar en más de 18 países, según testimonio de su primer Director, José J. Sierra.

Más adelante, con el apoyo del Departamento de Antioquia y del municipio de Medellín se adquirió un equipo de onda larga y el Ministerio de Correos le otorgó la licencia con la cual comenzó a funcionar en 1938, con el nombre de Emisora Cultural y Experimental de la Universidad de Antioquia. La programación incluía audiciones de música clásica y se empezó a editar un boletín que educaba en aspectos relacionados con el arte y la cultura.

En 1960 se inauguró la estación en F.M, lo cual hizo que se reorganizara la programación y las franjas musicales y literarias quedaran en esta frecuencia, mientras que el A.M se dedicó a los programas de carácter social y educativo.

Durante el año 2005 se crea el Sistema de Radio Educativa, proyecto de la Universidad de Antioquia que contó con el apoyo de la Gobernación de Antioquia -Secretaría de Educación para la Cultural-, el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (IDEA) y la Escuela de Gobierno y Políticas Públicas de Antioquia Guillermo Gaviria Correa. Así, la “Voz de la Universidad” se empezó a escuchar en cinco regiones antioqueñas para fortalecer su presencia en el Departamento y proporcionar a la comunidad regional nuevas oportunidades de acceso a la educación formal y no formal, a la información y a la cultura. El sistema de Radio Educativa está conformado por una red de radiodifusión que enlaza las regiones donde la Universidad tiene seccionales: Urabá, Bajo Cauca, Magdalena Medio, Suroeste y Oriente antioqueños. Las estaciones están conectadas y emiten contenidos, en directo o en diferido, de manera autónoma o enlazadas con una matriz que puede ser cualquiera de las emisoras que conforman el sistema, incluida la de Medellín.

## El concepto de lo educativo en la programación

La programación de la Red de Emisoras de la Universidad de Antioquia responde al objetivo de divulgar contenidos educativos informativos y culturales, entendiendo lo educativo como educación formal y no formal, es decir, como contenidos que puedan inclusive ser parte de un pénsum académico

La Emisora apoya la labor de las facultades que quieren dictar un número de cursos por radio, pero también emite contenidos educativos que no siendo formales apoyan la formación y capacitación de la gente en las regiones. Los contenidos culturales están centrados básicamente en la valoración

del patrimonio regional, entendiendo como patrimonio la literatura, la música, el arte, el patrimonio material e inmaterial, los edificios, los parques, la gente, los valores, etc. Y entendiendo la información como una valoración de lo que se genera en las regiones (B. Mejía, entrevista, agosto 5, de 2010).

A partir de esa premisa se ha diseñado la programación que se emite para las subregiones. Sin embargo, la concepción sobre lo que significa educar a través de la radio como un medio de comunicación con sus propias dinámicas de producción, queda sujeta a vicisitudes de carácter pragmático como los tiempos asignados a la realización de los espacios y la poca investigación de las necesidades de las audiencias; así como otros aspectos relacionados con la identificación que cada uno de los actores involucrados en la realización de los espacios tiene de lo que es educar a través de un medio de comunicación.

En muchos casos se entiende la emisión de noticias como una manera de educar. Las entrevistas realizadas a los coordinadores de los programas (Carlos Castañeda, Alina Castrillón, Víctor Hugo Obando, Julied del Socorro Ríos, Daniel Felipe Escobar y Olivia Rosa Morales) indican que para ellos se cumple con el objetivo educativo al analizar los temas coyunturales, explicar los hechos internacionales más importantes y contextualizar lo que en otros medios es noticia. Pero no hay uniformidad en la concepción sobre lo que debe marcar la agenda informativa en sus programas. Para algunos, las necesidades cotidianas de los oyentes determinan la agenda informativa, otros hacen énfasis en la importancia de generar opinión pública por medio de la información, y otros establecen como prioridad la información sobre deberes y derechos de los ciudadanos. En muchos de estos informativos se consultan fuentes oficiales que ofrecen una única mirada sobre el acontecimiento, servicio o iniciativa que se divulga. Se incluyen pocos espacios de debate y de análisis. Los temas se escogen a partir de la agenda informativa diaria y se presentan como orientación para el oyente, pero no logran explicar en profundidad los antecedentes y consecuencias de esos hechos para la vida de las comunidades.

Los programas incluyen información de servicio y de orientación como el precio del café, el estado del tiempo, de las vías, recomendaciones para el cuidado del medio ambiente, trámites y oferta educativa y cultural. En general, se entiende que es significativo mantener informadas a las personas sobre los temas cotidianos que les pueden ayudar en su desempeño diario.

En ese sentido, hay una asimilación de lo informativo como educativo, en concordancia con lo que plantea Jesús Martín Barbero (2002), en cuanto a que la educación se realiza transversalmente con referentes, informativos y cognoscitivos, procedentes no solo de una fuente, sino de muchas y, en especial, de aquellas relacionadas con las tecnologías y los medios de comunicación.

La programación del Sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia incluye también la emisión de radio consultorios, espacios mediante los cuales se brinda orientación en áreas específicas del conocimiento. Según los realizadores, este tipo de programas tienen la mayor acogida entre los oyentes, lo cual se entiende por la necesidad de las comunidades de acceder a contenidos que les permitan el desarrollo integral. La salud, la nutrición, la educación de los hijos, el cuidado del medio ambiente, entre otros, son para las comunidades asuntos de preocupación que encuentran respuesta en este tipo de programas.

Los radio consultorios tratan de generar un vínculo directo entre las personas y los profesionales, o en otras palabras, sacar la academia de las aulas. Ofrecen a los oyentes orientación para que identifiquen las oportunidades y soluciones de desarrollo sostenible que estén a su alcance. En su producción participan asesores académicos que programan las temáticas y ofrecen su conocimiento durante las emisiones.

Lo que no se logra plenamente es la participación de los radioescuchas. En algunos casos, el uso técnico del lenguaje, o la selección de temas orientados a la divulgación de políticas públicas de desarrollo, más que a sus necesidades puntuales, dificulta que estos participen con sus inquietudes y aportes. No se logra entonces, “integrar los distintos grupos y actores en la construcción de alternativas posibles de transformación y desarrollo social” (Kaplún, 1992, p. 15).

Un aspecto que se deja de lado es la importancia de utilizar estrategias desde el lenguaje mismo, como el uso del humor, los refranes populares, los testimonios que permitan la identificación de los oyentes con casos similares al suyo, la alusión a situaciones que se presentan comúnmente en los hogares, los llamados de atención reiterativos invitando a la participación. Los conductores de los programas cumplen una función de entrevistadores, se convierten en mediadores entre el conocimiento experto y las posibles inquietudes de la comunidad, pero no logran implicarse, no generan emociones que incentiven la participación, tal como propone Scott Sussman (1995), quien considera que un contenido interesante puede ser anulado por la falta de seducción, mientras que utilizando la emoción un mensaje puede ser más interesante e incluso, emocionante.

## Las rutinas de producción

El contacto permanente con los oyentes es un elemento fundamental para conocer sus expectativas y construir nuevos discursos. Kaplún (1998) afirma que debe existir una experiencia de doble vía “un ir y venir permanente de mensajes entre uno y otro (...), cuando se da esta reciprocidad, esta posibilidad de que en los dos extremos de la línea se generen mensajes, se puede hablar de comunicación” (p. 117), pero si el productor no está en contacto directo con la comunidad, difícilmente podrá interpretar su sentir.

En el caso de las rutinas de producción de los realizadores del Sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia, se encuentra que hay dificultades para desplazarse a cubrir la información y que deben hacer la reportería por teléfono. El equipo de producción es reducido y debe responder por toda la programación de su estación, lo cual dificulta la producción de pregrabados de apoyo con una buena edición para la que se usen los distintos recursos radiofónicos como música y efectos. Los mismos realizadores son conscientes de la importancia de segmentar más las producciones, “que las entrevistas no sean tan largas y sosas” puesto que “las personas expresan que a veces en esta emisora se habla mucho” (V. Obando, entrevista, julio 10 de 2010).

En general, al escuchar los programas no se advierte una adecuada combinación de los recursos expresivos para entregar producciones innovadoras, con formas renovadas de “significación estética y semántica”, como lo denomina Ricardo M. Haye (2000) en *La radio del siglo XXI*. Nuevas estéticas. No hay una diversidad de formatos. La entrevista y los informes o nota ilustrada son los reyes. Habitualmente no hay una estructuración planeada, sino que se enfrentan los temas de una manera espontánea, sin una combinación ordenada de los elementos a partir de un diseño previo. Otros recursos sonoros como la música y los efectos de sonido son utilizados como elemento de transición, cumplen una función sintáctica, de separación entre un contenido y otro; pero no es tan generalizado su uso como parte del mensaje, no se utilizan con un objetivo expresivo.

## Radio de interés público

En concordancia con su categoría de radio de interés público, el Sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia entrega una programación ajustada a los fines expresados por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Es una radio para la difusión de servicios sociales, que fortalece el plan institucional educativo y promueve una ciudadanía que se responsabiliza de sus procesos. Aporta contenidos, más allá de lo que hace la radio comercial a la cual tienen acceso las comunidades en las regiones y cuya producción “se limita a la locución, la mención de la hora, el servicio social y tirar una canción” (V. Obando, entrevista, julio 10 de 2010).

La idea de rescatar la historia, cultura y costumbres de las regiones está expresada en la programación por medio de espacios para la emisión de música autóctona, aunque en ellos no se hace mucho énfasis en el posicionamiento de nuevos intérpretes nacionales. Los programas señalados como de carácter cultural comparten con las oyentes actividades artísticas a las cuales pueden acceder en sus regiones, lo cual busca motivar el acceso a nuevos lenguajes y evidencian las manifestaciones artísticas de las comunidades. En algunas ocasiones se resaltan personajes extranjeros, desconocidos en la región, con lo cual se amplía el panorama de los radioescuchas y se motiva la interculturalidad. Aun así, podría decirse que al mostrar expresiones artísticas de otros conglomerados, la emisora logra ser un vector importante de “mundialización cultural”, como lo llama Jesús Martín Barbero (1999).

La divulgación sobre los programas de extensión ofrecidos por la Universidad de Antioquia se percibe en las emisiones radiales donde se hace alusión a programas académicos que realiza la universidad en las regiones, logrando de esta manera posicionar esa oferta. “La gente al escuchar constantemente la Universidad de Antioquia la va a tener como referente de Universidad” (A. Castellón, coordinadora programa Color Local de la región del Magdalena Medio, julio 22, 2010).

Hay libertad en la producción de contenidos. Eso se logra, según expresan los realizadores, porque la universidad aporta los recursos para su sostenimiento. En ningún caso se recurre a la pauta publicitaria, aunque sí se hacen proyectos conjuntos con entidades afines como

ministerios, gobernaciones o alcaldías; pero los recursos que ingresan por la administración de esos proyectos se reinvierten en la emisora para la adquisición de música, modernización de equipos o contratación de personal. Sin embargo, según los productores, se presentan problemas con la logística y los trámites administrativos son lentos, además, “está la amenaza latente de lo presupuestal y de la falta de recursos”. (C. Castañeda, coordinador programa Conexión Antioquia. Región del Bajo Cauca, entrevista, julio 22, 2010).

## Conclusión

---

El sistema de Radio Educativa de la Universidad de Antioquia 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. Sin embargo, no se podría afirmar que actúa como dinamizadora de cambio social, puesto que aún hay una práctica de comunicación unidireccional donde poco se logra la participación de los oyentes, donde no siempre se comparten sentidos y significados porque no se trabaja en sus núcleos y no se hace presencia en sus organizaciones.

De otro lado, el lenguaje utilizado en las producciones no muestra una búsqueda con aplicación de nuevas técnicas narrativas que estimulen la atención de la audiencia y la permanencia de interés por el aprendizaje. Por eso se hace necesaria una nueva mirada sobre el sentido educativo de la programación, replanteando especialmente la concepción academicista por una en la que, como dice Martín Barbero (1987) cuando habla de los medios y las mediaciones, se empiecen a cambiar las preguntas que permitan comprender qué hace la gente con lo que escucha, cómo asimila los discursos ideológicos, cómo se identifica con los emisores, qué tanto le conmueven las propuestas y qué cambios pueden generarse en su vida.

# Referencias

---

Haye, R. M. (2000). *La radio del siglo XXI. Nuevas estéticas*. Buenos Aires: La Crujía.

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Editorial de la Torre.

Martin-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Madrid: Editorial Gustavo Gili S.A.

Martin-Barbero, J. (2002). *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Norma.

Martin-Barbero, J. (2001). *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*. Guadalajara: Departamento de Estudios Socioculturales México.

Martin-Barbero, J. (2003). *La educación desde la comunicación*. Enciclopedia Latinoamericana de sociocultura y comunicación. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

Scott, S. (1995). *Así se crean programas de radio*. Barcelona: Editorial Rosaljai.

Sussman, S. (1995). *Así se crean programas de radio*. Barcelona: Editorial Rosaljai.