

# Todas las Voces

Caja de herramientas para la construcción  
de parrillas culturales, diversas y participativas



La cultura  
es de todos

Mincultura



Red de Radio  
Universitaria de Colombia

## MINISTERIO DE CULTURA

### **Carmen Inés Vásquez Camacho**

Ministra de Cultura.

### **Pedro Felipe Buitrago Restrepo**

Viceministro para la Creatividad y la Economía Naranja.

### **Julián David Sterling Olave**

Secretario General.

### **Jaime Andrés Tenorio Tascón**

Director Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos.

### **Teresa Margarita Loyza Sánchez**

Coordinadora Grupo Comunicación y Medios Interactivos.

### **Óscar Javier Bermúdez Bolívar**

Asesor Proyecto Narrativas Sonoras.

### **Sebastián Duque**

Asesor Proyecto Narrativas Sonoras.

### **Francisco Duque Tobar**

Representante legal Biblioamigos

## EQUIPO EJECUTOR

Investigador Coordinador: **Jorge Caicedo**

Co-investigadoras: **Ana María Díaz Jordán y Angela María Bazurto**

Diseño y programación del aplicativo: **Juan Manuel Rubio**

Diseño y diagramación: **Paulo Cesar Santacruz**

Transcripciones: **María Eugenia Martínez, Gisele Alejandra Serna y Marycruz Ortegón.**

Coordinación Editorial y Corrección de Estilo: **Jorge Caicedo**

Fotografías: Archivo de las emisoras

### **Agradecimientos:**

Representantes y radialistas de las emisoras universitarias participantes:

© 2020, Proyecto Narrativas Audiovisuales, Ministerio de Cultura

Todos los derechos reservados, prohibida su reproducción

Hecho en Colombia

# Todas las Voces

Caja de herramientas para la construcción  
de parrillas culturales, diversas y participativas



La cultura  
es de todos

Mincultura



Red de Radio  
Universitaria de Colombia

# PRESENTACIÓN

La radio además de un medio de comunicación y un generador de contenidos sonoros es un espacio de mediación y creación cultural. La radio en clave cultural es escenario para construir país desde la diversidad porque genera procesos de convocatoria a las ciudadanías, produce diálogo social, construye sentidos colectivos y circula imaginarios alrededor del reconocimiento, respeto y valoración de los territorios y su contexto cultural.

A partir de esta comprensión, el Ministerio de Cultura a través de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos desarrolla procesos de articulación con radios comunitarias, emisoras de interés público y creadores sonoros digitales con el objetivo de fortalecer su capacidad para narrar la cultura y potenciar estos actores como dinamizadores de la construcción de cultura, ciudadanía y cultura de paz en sus territorios. Para cumplir con este objetivo, esta línea de trabajo desarrolla acciones y estrategias de investigación, producción, formación y circulación de contenidos culturales.

Desde esta línea de trabajo, el Ministerio de Cultura con el apoyo de la Red de Radios Universitarias de Colombia, RRUC, impulsa el proyecto **“Todas las voces: Caja de Herramientas para la Construcción de Parrillas de Programación Culturales, Diversas y Participativas”**. Esta iniciativa diseñó de manera conjunta con las radios universitarias participantes una ruta metodológica orientada al diseño y cualificación de planes, bloques, modos y parrillas de programación radiofónicas, situadas y diferenciadas, que potencien los proyectos comunicativos de emisoras universitarias del país.

Este proyecto es ante todo, un ejercicio de construcción colectiva, que busca reconocer, potencializar y compartir todos los saberes construidos por las distintas experiencias de comunicación radial universitaria. En su desarrollo identificó distintas experiencias en materia de programación sonora que confluyó en este documento que busca ser una guía amplia, flexible, modular, adaptable y que pueda ser mirado, analizado y, de ser pertinente, apropiado por las distintas iniciativas de comunicación sonora que existen o que puedan surgir a futuro en los campus universitarios del país.

Agradecemos a las emisoras universitarias que acompañaron este proceso por la generosidad con sus conocimientos, por revelarnos sus caminos, por compartir las lógicas de sus parrillas de contenidos y por tejer colectivamente esta ruta de programación cultural, diversa y participativa.

## **Jaime Andrés Tenorio Tascón**

Director Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos.  
Ministerio de Cultura.





- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. LA RADIO UNIVERSITARIA: BREVE REVISIÓN DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN.**
- 3. QUÉ ES (Y PARA QUÉ) UNA CAJA DE HERRAMIENTAS.**
  - 3.1. Qué entender por una caja de herramientas (tools box)
  - 3.2. El camino para gestar la Caja
  - 3.3. Los protagonistas de este ejercicio
- 4. NUESTRA CAJA DE HERRAMIENTAS**
  - 4.1. MÓDULO 1: A MANERA DE MARCO CONCEPTUAL**
    - 4.1.1. Lo Cultural
      - 4.1.1.1. De la comunicación y la cultura
      - 4.1.1.2. Las definiciones que de lo cultural hacen las radios.
      - 4.1.1.3. La cultura como manifestación de lo que se es
    - 4.1.2. Lo Diverso, como la puerta para la inclusión en la radio
      - 4.1.2.1. Lo que de diversidad dicen las radios
      - 4.1.2.2. De los retos en torno a la diversidad
      - 4.1.2.3. Las ganancias por pensar desde lo diverso
    - 4.1.3. La Participación, una apuesta política y filosófica
      - 4.1.3.1. El oficio de tejer: uniendo hilos, haciendo nudos, dejando huecos
      - 4.1.3.2. Los de adentro, los de afuera, los que oyen
      - 4.1.3.3. Participar es mucho más que abrir micrófonos
      - 4.1.3.4. ¿Para qué una programación participativa?
  - 4.2. MÓDULO 2: LA AUTO-EVALUACIÓN**
    - 4.2.1. El formato
    - 4.2.2. La mecánica
    - 4.2.3. El dispositivo en línea
  - 4.3. MÓDULO 3: BOLSA DE RECURSOS**
    - 4.3.1. **Dimensión 1:** Documentos orientadores
      - 4.3.1.1. **Herramienta 1:** Volviendo a la misión
    - 4.3.2. **Dimensión 2:** Instancias de programación
      - 4.3.2.1. **Herramienta 2:** Caracterización de actores de la comunidad universitaria en clave de programación.
      - 4.3.3. **Dimensión 3:** Monitoreo y evaluación
        - 4.3.3.1. **Herramienta 3:** Análisis de las parrillas de programación
        - 4.3.3.2. **Herramienta 4.** Audiografías.
      - 4.3.4. **Dimensión 4:** Promoción y difusión.
        - 4.3.4.1. **Herramienta 5.** Ejemplos de promoción y uso de las redes para la promoción
      - 4.3.5. **Dimensión 5.** Agenda cultural
        - 4.3.5.1. **Herramienta 6:** El arte y la cultura en spots
      - 4.3.6. **Dimensión 6.** Gestación cultural
        - 4.3.6.1. **Herramienta 7.** Vinculación a los planes especiales de salvaguardia, PES.
        - 4.3.6.2. **Herramienta 8.** Participación en espacios de políticas culturales
      - 4.3.7. **Dimensión 7.** Músicas
        - 4.3.7.1. **Herramienta 8.** Prisma musical local
        - 4.3.7.2. **Herramienta 9.** Músicas tradicionales, patrimonio y distintas conexiones
      - 4.3.8. **Dimensión 8.** Diálogos culturales
        - 4.3.8.1. **Herramienta 10.** Laboratorios de radio colaborativa
      - 4.3.9. **Dimensión 9.** Memorias
        - 4.3.9.1. **Herramienta 11:** Talleres de línea de tiempo
        - 4.3.9.2. **Herramienta 12.** "La memoria cuenta", Serie radial



- 4.3.10. **Dimensión 10.** Patrimonio cultural
- 4.3.10.1. **Herramienta 13:** Mapeos culturales
- 4.3.10.2. **Herramienta 14:** Radio Ambulante Festiva
- 4.3.10.3. **Herramienta 15.** Patrimonio cultural sonoro, serie de sonominutos.
- 4.3.11. **Dimensión 11.** Identidad cultural
- 4.3.11.1. **Herramienta 16:** Creación de bancos sonoros (oralotecas)
- 4.3.11.2. **Herramienta 17:** Postales sonoras
- 4.3.12. **Dimensión 12.** Públicos
- 4.3.12.1. **Herramienta 18:** Mesas de radio en vivo
- 4.3.12.2. **Herramienta 19:** Semilleros de producción - procesos constantes de formación para públicos no especializados
- 4.3.12.3. **Herramienta 20:** Plataformas de interacción inmediata
- 4.3.13. **Dimensión 13.** Participación de la comunidad Universitaria
- 4.3.13.1. **Herramienta 21:** Matriz de involucrados
- 4.3.13.2. **Herramienta 22:** Vox Pop creativo - radio colectiva
- 4.3.14. **Dimensión 14.** Participación de la comunidad externa
- 4.3.14.1. **Herramienta 23:** Protocolos de ingreso para proyectos radiofónicos
- 4.3.15. **Dimensión 15.** Construcción de audiencias
- 4.3.15.1. **Herramienta 24:** sondeos permanentes a la audiencia - formularios google
- 4.3.15.2. **Herramienta 25.** Debates de audiencias
- 4.3.15.3. **Herramienta 26.** El Club de Oyentes
- 4.3.16. **Dimensión 16.** Diversidad de pensamientos
- 4.3.16.1. **Herramienta 27:** Vademezum universitario
- 4.3.17. **Dimensión 17.** Diversidad de contenidos
- 4.3.17.1. **Herramienta 28:** Rostros sonoros, perfiles identitarios
- 4.3.17.2. **Herramienta 29:** Aventuras por la radio infantil
- 4.3.17.3. **Herramienta 30:** ficciones sonoras en casa
- 4.3.17.4. **Herramienta 31:** Laboratorios de experimentación sonora
- 4.3.18. **Dimensión 18.** Diversidad de plataformas
- 4.3.18.1. **Herramienta 32:** Ecosistema sonoro digital
- 4.3.18.2. **Herramienta 33:** El podcasting como alternativa sonora
- 4.3.18.3. **Herramienta 34.** Laboratorios en clave digital.

#### **4.4. MÓDULO 4: LA HOJA DE RUTA**

- 4.4.1. La mecánica propuesta
  - 4.4.1.1. Las líneas de acción
  - 4.4.1.2. Las dimensiones
  - 4.4.1.3. Las estrategias
  - 4.4.1.4. Los objetivos
  - 4.4.1.5. Las metas
  - 4.4.1.6. Actividades
  - 4.4.1.7. Indicadores de logro
  - 4.4.1.8. Fuentes de verificación
  - 4.4.1.9. Responsables al interior de la emisora
  - 4.4.1.10. Matriz de involucrados
  - 4.4.1.11. Recursos
  - 4.4.1.12. Cronograma
- 4.4.2. Manos a la ruta

#### **5. MÓDULO 5: TODAS LAS VOCES TODAS... A MANERA DE CIERRE**

#### **6. MÓDULO 6: REFERENCIAS**

# 1.

## INTRODUCCIÓN

Lograr una conexión directa y plena con las audiencias, por muchas que ellas sean o por diversas que se presenten, es el ideal de toda aventura radiofónica. Esta unidad depende de muchos factores, pero ante todo, es clave que la radio conozca a la gente y que la gente pueda conocer a fondo a su radio. De ahí se desgranar otra serie de elementos entre los que hemos priorizado tres.

En primer lugar, que las puertas para conectar con la radio estén abiertas y los caminos para llegar a ellas sean fácilmente identificados, que estén dispuestos y que sean accesibles para todos y todas; es decir, que la idea de formar parte de la radio o la necesidad de conversar con los hombres y mujeres que la hacen sea una posibilidad real; a esto le hemos llamado **PARTICIPACIÓN**. En segundo lugar, que ese acceso no tenga límites, barreras ni preferencias, que la mayor cantidad de gente, en su condición de potencial audiencia, pueda encontrar en la radio un espacio en el que se hable de sus intereses, en donde suenen las músicas y palabras que lo interpelan y que permita que voces similares a las suyas, puedan ser escuchadas; a esto, lo vamos a entender como la **DIVERSIDAD**. Y, en tercer lugar, que la radio suene a la región en la que está inmersa y a la gente que la escucha. Que las voces, sonidos y músicas reflejen el pensamiento, los saberes, las costumbres, la historia y el senti-pensar de sus oyentes; a esto, aunque reconocemos que es más complejo de definir, le llamaremos **CULTURA**.

Y es por esto que en este año de condiciones especiales, el Ministerio de Cultura, a través del proyecto Narrativas Sonoras, de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos, se dio a la tarea de impulsar un proceso de construcción colectiva en el que un grupo de radios universitarias, a través de los hombres y mujeres que integran sus equipos de programación, se sentaron a poner en común elementos que permitieran pensar un diseño de sus parrillas, o de los diversos modelos de programación de sus radios, en el que se priorizaran y potenciaran estos tres importantes elementos. No se trataba, fue claro desde el principio, de un ejercicio para enseñarle a programar a las emisoras, al contrario, se trataba de un espacio para identificar, reconocer y valorar todos esos saberes que en torno a la acción de pensar los discursos de las radios, las radios universitarias vienen adelantando desde sus inicios, para, una vez convertidos en discurso, clasificarlos, complementarlos, afinarlos, convertirlos en herramientas y compartirlos entre las emisoras participantes, y con otras experiencias radiales, bien de corte universitario o de otra índole.

En este sentido, en julio del año 2020, en plena pandemia generada por el COVID19, **16 emisoras de 16 instituciones de educación superior copiaron el llamado y a través de encuentros virtuales y el diligenciamiento de instrumentos a través de la red**, hablaron de sus modos de hacer radio, de las formas como piensan a sus audiencias, de las estrategias que vienen creando para conectar con ellas y de sus visiones a futuro para potenciar su hacer y responder, adecuadamente, al derecho a la comunicación de sus comunidades. En este punto fue clave el apoyo de la Red de Radio Universitaria de Colombia, RRUC, facilitando el acercamiento a las emisoras, sus directores, a los equipos de programación y circulando la convocatoria entre las emisoras afiliadas.

Presentamos entonces el resultado de este ejercicio colectivo, en el que se incluyen **‘TODAS LAS VOCES’** que quisieron y pudieron compartir sus experiencias, inquietudes, apuestas y propuestas para hacer una mejor radio, esa que nace desde las estaciones radiales surgidas en el seno de las universidades de Colombia.

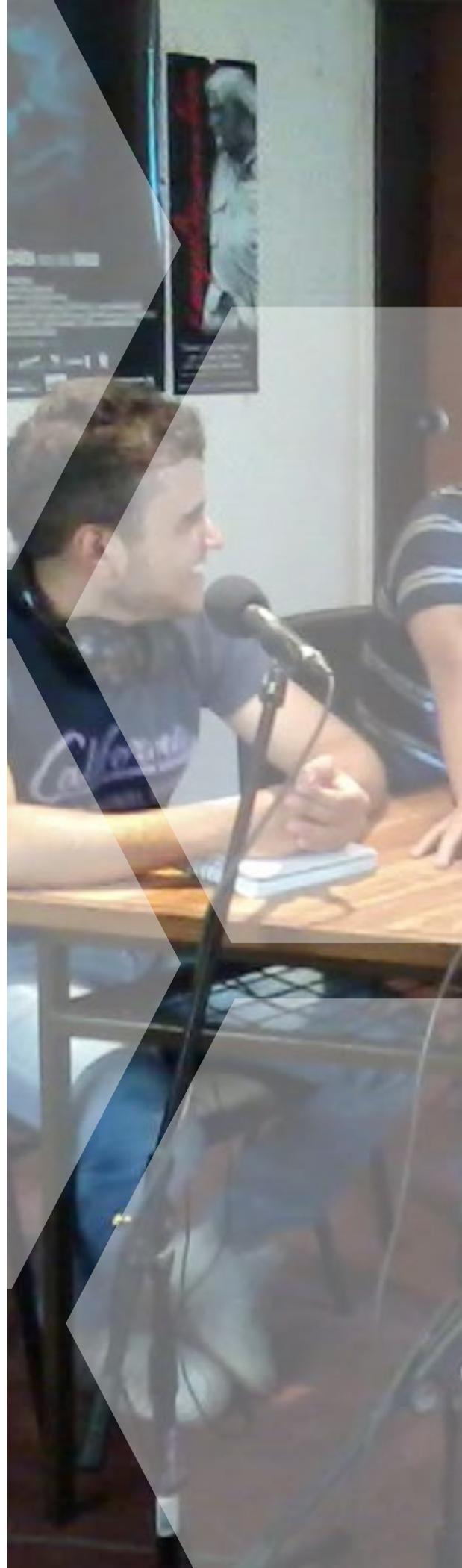


Caja de herramientas para la construcción de parrillas culturales, diversas y participativas

# 2.

## LA RADIO UNIVERSITARIA: BREVE REVISIÓN DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN.

El desarrollo de un proyecto en pleno confinamiento selectivo durante la pandemia del COVID-19 propuso varios retos seguramente muy familiares para quienes lean estas líneas. Enfrentar las limitaciones para el uso de las tecnologías, largas jornadas de trabajo frente a la pantalla y los sonidos cotidianos que se filtran en las entrevistas virtuales: hijos, hijas, esposas, esposos, parientes y pregones de vendedores ambulantes que demandan atención al igual que los deberes y compromisos laborales. Sin embargo, con el paso de los meses se comienzan a encontrar ventajas de estas nuevas formas de estar, de encontrarnos y de construir en conjunto. Para el proyecto **‘Todas las Voces’** el trabajo asistido por tecnologías se convirtió en la mejor forma de recorrer en pocos meses los varios kilómetros de distancia que separan a las emisoras universitarias del país y, las salas de trabajo virtual permitieron escuchar los diferentes acentos y formas que adquieren estas radios en Colombia.





En las primeras reuniones y, desde diferentes latitudes del territorio nacional, el equipo coordinador del Proyecto se comenzó a preguntar sobre el estado de la cuestión:

### **¿Qué tipo de literatura se ha producido sobre este tema?**

### **¿Cuáles han sido las principales líneas de investigación académica sobre la radio universitaria?**

Como buenos investigadores que siguen las pistas de un caso y antes de convocar a las emisoras, estas preguntas nos llevaron a reconocer el camino recorrido por otros y con él, sus intereses y aportes. El número de artículos y documentos producto de investigaciones sobre la radio universitaria se ha incrementado exponencialmente en la última década. En las bases de datos, Estados Unidos es uno de los países con mayor número de investigaciones en lo que se denomina 'The College Radio'. Estos trabajos se centran principalmente en los recuentos históricos (Slotten, 2006; Sauls, 2000) y en resaltar la función social de las radios universitarias como sistema alternativo a los medios comerciales (Quicke, 2017).

En español, los primeros estudios que se publican se encuentran concentrados en la década de 1990 donde muchas radios universitarias iniciaron sus emisiones. Estos trabajos incluyen aproximaciones a los procesos de creación y parámetros de funcionamiento - propósito comunicativo, manual de estilo, plan de comunicación - de las nacientes emisoras. El número de publicaciones ibero latinoamericanas se incrementa para la segunda década del siglo XXI donde se encuentran varios estudios dedicados al diagnóstico de estas emisoras revisando aspectos administrativos, financieros, de producción y programación (Castellanos, 2011; Rotman, 2014). Además de los estudios de diagnóstico y caracterización, es frecuente encontrar investigaciones que comparan la forma en cómo se entiende, se produce y se administra la radio universitaria en diferentes países (Guerrero, 2012; Sobrino, Rodríguez & Cheval, 2014; Hidalgo, 2014)

En relación a los estudios nacionales la mayoría son de este siglo. Esto tal vez obedece a la consolidación de la Red de Radios Universitarias de Colombia (RRUC) creada en el 2009 y que, como parte de sus labores, ha desarrollado investigaciones y gestión de alianzas que favorecen la circulación de contenidos.

La línea de estudios que diagnostica el estado de la radio universitaria también ha sido prolífica en Colombia (Arnedo; 2009; Zambrano; 2012; Ventín; 2015); además se encuentran trabajos que exploran la relación de las radios universitarias con ciertas temáticas como la juventud (Vásquez, 2014), la formación de profesionales (Pinto, Martín-Pena & Vivas, 2016) y la cultura (Niño, 2010).

Comienzan a ser tendencia las investigaciones sobre el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la Radio Universitaria. Las TIC han venido modificando la programación, las narrativas, los lenguajes, los paisajes sonoros y los hábitos de las audiencias. Zambrano (2012) propone una radio universitaria donde los contenidos sean complementados con aplicaciones tecnológicas y lenguajes multimedia: retomar los objetivos radiales de informar, orientar y entretener e incentivar la creatividad y experimentación a través de las redes sociales. De un tiempo para acá y, tal vez reforzado por la situación de la pandemia, son marcadas las diferencias entre las radios universitarias que aún reproducen modelos tradicionales, frente a las que están afrontando los cambios e incorporando las tecnologías de la información y la comunicación como parte de su producción técnica y de contenido.

El conocimiento de las audiencias es una de las debilidades más notorias en estas líneas temáticas de investigación. El contacto que las emisoras establecen con su público es limitado y no se cuenta con mecanismos o modelos de evaluación o seguimiento de quienes consumen estos contenidos (Arnedo, 2009). Existe una aproximación cuantitativa que, en la mayoría de los casos, toma como referencia mecanismos de tipo comercial como los estudios de medios; tampoco se conocen las características de la construcción de audiencias que se da desde lo virtual.

Otro de los temas ausentes en las investigaciones sobre la radio universitaria es el registro, conservación y valía de los documentos sonoros. Zambrano (2012) indica que para el caso de Colombia el 87% de las emisoras no cuenta con un archivo de sus producciones, esto debido principalmente a que no se conocen métodos adecuados de preservación de la información sonora, tampoco formas para su catalogación o simplemente no se reconoce su importancia como patrimonio histórico.

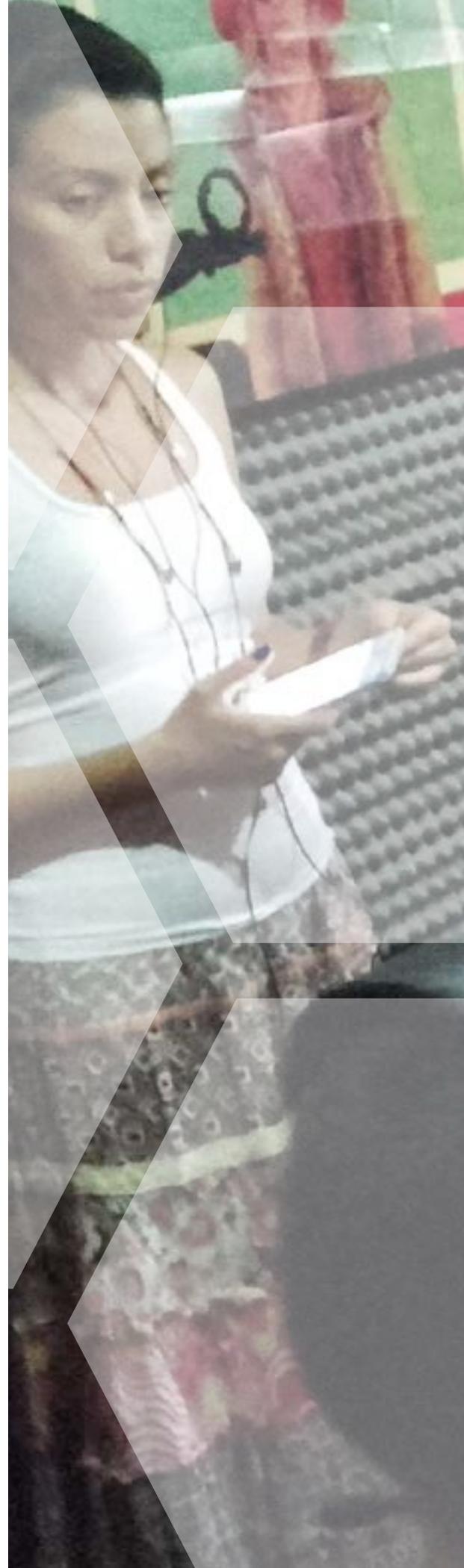
Otro de los ausentes, es el estudio de la programación que supere los aspectos generales (Díaz, Caicedo, Torres, González, 2019) para concentrarse en el análisis de contenido de los programas hablados o en torno a temáticas puntuales como la diversidad y la participación.

Respecto a la metodología aplicada en estas investigaciones es necesario indicar que son bastante comunes los estudios de caso (Ramírez, 2016; Vaca, 2017; Díaz, Caicedo, Torres, González, 2019) y los estudios comparativos (Ventín, 2015; Chávez, 2014; Vásquez, 2012; Pinto, 2016).

Cada uno de estos hallazgos permitieron consolidar la apuesta por desarrollar un proyecto de investigación con las radios universitarias del país, en el que, por medio de la construcción colectiva a partir de saberes y experiencias, se elaborara una **CAJA DE HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS CULTURALES, PARTICIPATIVOS Y DIVERSOS**. Fue así como iniciamos la invitación a las emisoras para en conjunto escuchar **'TODAS LAS VOCES'**.

# 3.

## QUÉ ES (Y PARA QUÉ) UNA CAJA DE HERRAMIENTAS





# 3.1

## QUÉ ENTENDER POR UNA CAJA DE HERRAMIENTAS (TOOLS BOX)

**TODAS LAS VOCES** se ha concebido como un ejercicio colectivo. Colectivo en la partida, porque se construye con muchas voces y muchas manos, y colectivo en la llegada, porque se espera que sean muchas las radios que puedan hacer uso de lo que acá estamos presentando. Un proceso que inició pensado como una ruta que pudiese llevar a los caminantes a encontrar formas - algunas propias desde el ejercicio del auto-reconocimiento, y otras externas, concebidas desde el encuentro y la solidaridad - para el mejoramiento de sus modos de planear y elaborar sus dispositivos de programación, sea que hablemos de las tradicionales parrillas o que nos pensemos desde otros modos de divulgación de nuestros contenidos. Al final, hemos combinado la idea de la ruta (por ello invitamos a avanzar por cuarto fases en este sendero), con la idea de una caja de herramientas en la que más que fórmulas mágicas e infalibles que nos muestren el “cómo hacer ideal”, encontremos elementos diversos, algunos adecuados para la dinámica de nuestra radio en particular y otros no tanto. Elementos que podrán ser mirados, probados, ajustados, transformados, enriquecidos o, incluso, desechados.

La Caja de Herramientas como metodología de investigación, pero también como elemento de apoyo a la gestación de procesos, tiene sus raíces en el pensamiento de Foucault. Se define, entre otras cosas, como un ejercicio de análisis de los discursos y las prácticas de un grupo social específico, con el objetivo de rescatar saberes generales que puedan apoyar las particularidades tanto de ese hacer estudiado, como de otros procesos similares; es decir, un saber construido desde los discursos y las prácticas encontradas en la interacción con las experiencias revisadas en un momento específico en el tiempo (Sánchez Amaya, 2010).

Así, alineados con estas consideraciones conceptuales, hemos entendido el ejercicio de creación colectiva en TODAS LAS VOCES. Esta caja de herramientas es el producto de una serie de diálogos con los hombres y mujeres radialistas de las estaciones universitarias, y también es el producto de la revisión de las prácticas de estas radios; prácticas convertidas y expresadas en los discursos y conversas.

Desde el inicio de labores, el equipo coordinador del proyecto 'Todas las Voces' tuvo claro que la construcción de una caja de herramientas sería una labor de tejido en conjunto con las emisoras. En ningún momento se pensó en un trabajo a puerta cerrada y a espaldas de las radios que revelara al final un resultado infalible, cual santo grial de los contenidos culturales, participativos y diversos para las emisoras universitarias.

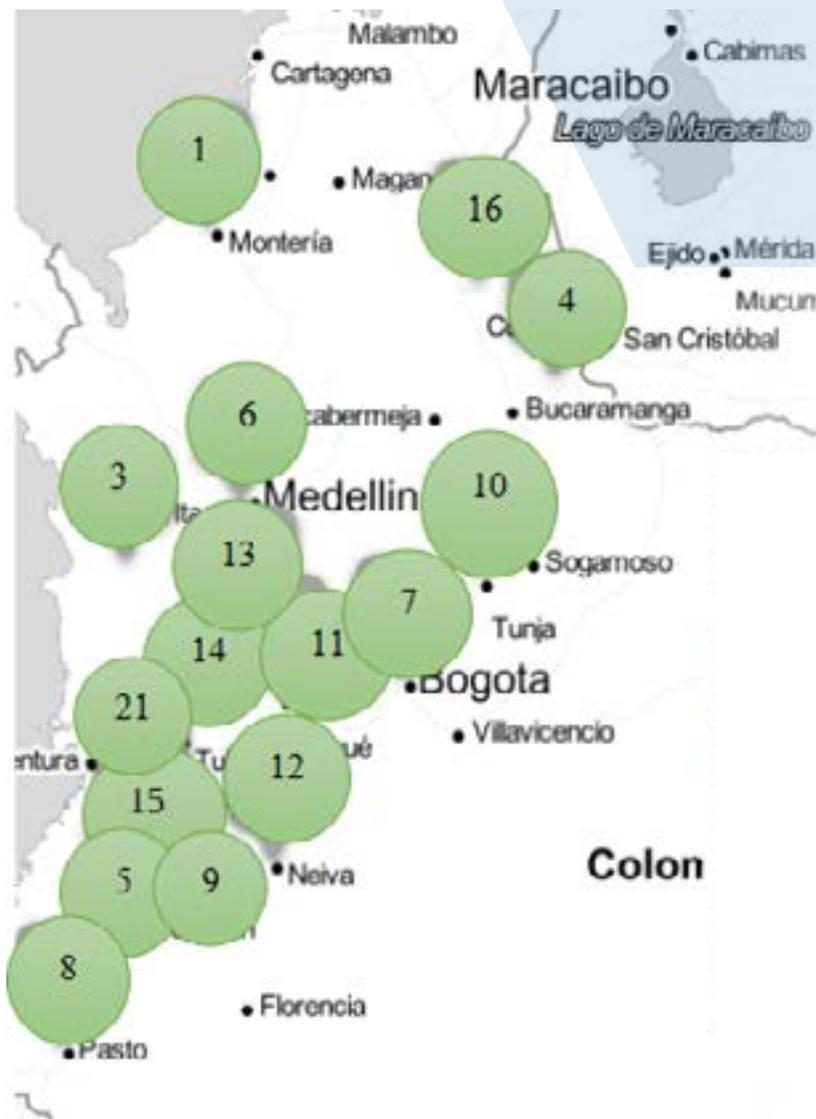
El ejercicio inició con un instrumento tipo encuesta, compartido a través de la Red de Radio Universitaria de Colombia, RRUC, con el que las emisoras universitarias nos empezaron a contar generalidades para entender los modos como se asume el ejercicio de programar; desde elementos de caracterización sobre sus frecuencias, modos de conexión con las audiencias, tipos de emisora en las que se definen y la ubicación de la radio, tanto geográfica como en el dial o la red, pasando por los modos o estructuras particulares desde donde se afronta la construcción de las parrillas y el montaje de los modelos de programación. Por último, y muy importante, el dispositivo promovía un sondeo sobre la posible participación en las etapas siguientes del proyecto. A esta encuesta respondieron las emisoras no en la cantidad en la que esperábamos, pero la información que nos aportaron fue muy valiosa para seguir pensando las fases a futuro.

Desde este primer momento del proyecto **'TODAS LAS VOCES'**, encontramos varios elementos importantes para desarrollar a lo largo del proyecto. Por un lado, la necesidad de potenciar la participación de ciertos actores en la construcción de contenidos para las emisoras y de otro lado, como lo evidenció la revisión del estado del cuestión, la necesidad de trabajar en la creación de contenidos diversos para las audiencias y trabajar en su reconocimiento y participación activa en la emisora.

Con los resultados de la encuesta, se preparó el mecanismo y los instrumentos para adelantar la siguiente etapa en la que nos concentramos en la apertura de diálogos a profundidad con los actores protagonistas y representantes de las emisoras universitarias. Esto a través de conversas "cara a cara", mediadas por las plataformas de videoconferencia con las que hemos tenido que conectarnos en esta época de pandemia en la que el proceso se dio.

## EMISORAS PÚBLICAS Y PRIVADAS; ANÁLOGAS Y VIRTUALES

A esta segunda fase respondieron 16 emisoras apostadas por casi todo el país. Emisoras públicas y privadas; análogas y virtuales; unas con grandes recorridos y otras apenas en fase de diseño y emisiones de prueba.



1. UNICOR ESTÉREO. Montería
2. UNIVALLE ESTÉREO. Cali
3. RADIO UNIVERSIDAD DEL CHOCO. Quibdó
4. UFPS RADIO. Cúcuta
5. UNICAUCA ESTÉREO. Popayán
6. EMISORA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA. Medellín
7. ÁREA ANDINA RADIO. Bogotá
8. RADIO UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Pasto
9. EMISORA MISAK PUBEN PAYAN. Silvia
10. UPTC RADIO. Tunja
11. RADIO UNIVERSIDAD DEL TOLIMA. Ibagué
12. RADIO UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA. Neiva
13. UFMF. Manizales
14. LA UFM ESTÉREO. Armenia
15. ONDA UAO. Cali
16. RADIO UNIVERSIDAD. Pamplona

16 sesiones virtuales en las que hablamos de la existencia de los documentos orientadores y la relación de los mismos con los modos de programar; jornadas en las que nos contaron sobre la historia de cada estación y la forma como se ha ido transformado el modo de sonar; nos especificaron el funcionamiento de las instancias de programación en cuanto a conformación de equipos, manejos de protocolos, formatos, modos de organizar las parrillas, condiciones para admitir o darle permanencia a un espacio radiofónico, y también sobre las formas de control y evaluación de los mismos. Fue en esta etapa en la que entramos directamente a hablar acerca de los modos de entender y poner en juego la diversidad, la participación y la cultura en los modos de hacer radio. Cómo se entiende lo cultural en clave de región o contexto geográfico; cómo se aplica el concepto de la diversidad con los grupos internos y externos a la universidad; cómo se conectan con los modos de vivir las dinámicas sociales en el seno de las instituciones y de organizaciones apostadas en las regiones; y, en general, qué tanto la forma de programar la radio está modelada a través de los tres ejes temáticos del proyecto **(PARTICIPACIÓN - DIVERSIDAD - CULTURA)**. Adicionalmente, conversamos sobre las estrategias y modos en los que la radio se inserta en las dinámicas institucionales de las universidades y qué tanta autonomía tienen frente a estas; al igual que los modos como la radio hace parte de la estructura socio-cultural del municipio y de la región en la que está ubicada.

Estas conversaciones brindaron una importante cantidad de información sobre la realidad de las radios; pusieron de manifiesto inquietudes relacionadas tanto con el funcionamiento interno como con la relación de las emisoras y los contextos sociales; plantearon interesantes procesos creativos con los que cada radio asume el ejercicio de programar y, muy importante, nos permitieron definir la dinámica a implementar en la tercera fase del proyecto: el momento de tejer en colectivo.

Y fue precisamente así como denominamos este tercer y último momento del proyecto: **LOS TEJIDOS**. Cuatro sesiones virtuales diseñadas sobre la base del esquema final de la **CAJA DE HERRAMIENTAS Y SUS CUATRO ESTACIONES**. En una primera sesión plenaria, se mostró un primer acercamiento a los resultados generales de los 16 diálogos virtuales y luego, en las tres sesiones siguientes - y divididos por temáticas y en grupos de 6 o 5 emisoras - nos concentramos en conversar sobre un componente en específico de la trilogía temática. El objetivo consistía en encontrar elementos que enriquecieran lo conceptual como aporte al primer módulo de la Caja; revisar la estructura del dispositivo de auto - diagnóstico del segundo módulo en cada categoría de acuerdo con el tejido; e identificar nuevos elementos tipo herramientas concretas, para robustecer la bolsa de recursos en cada uno de sus compartimentos.

El resultado de estos tres momentos del trabajo de construcción colectiva se presenta a continuación en una **CAJA DE HERRAMIENTAS** integrada por cuatro módulos. Cuatro estaciones de una ruta que busca aportar elementos conceptuales y prácticos para seguir pensando una radio culturalmente adecuada a los contextos y en la que no solo se hable de toda la diversidad existente en las universidades y en las regiones, sino que además, sin importar las diferencias y los disensos, tengamos cabida, desde la palabra y desde la acción, todas las voces.

# 3.3

## LOS PROTAGONISTAS DE ESTE EJERCICIO

### AUDIO VOX POP INICIAL

Para la concepción de esta **CAJA DE HERRAMIENTAS** ha sido clave la participación de hombres y mujeres representantes de las emisoras universitarias, quienes han compartido su tiempo, sus saberes y su deseo de aportar a la construcción de una radio cada vez mejor, generada desde el seno de las instituciones de educación superior y proyectada para beneficio de sus regiones. Estas son todas las voces que han hecho un valioso aporte al proceso:



PRO  
TA  
GO  
NIS  
TAS

No.	Nombre	Emisora	Universidad
1	David Torres Agudelo	Onda UAO	Universidad Autónoma de Occidente - Cali
2	Beatriz Elena Mejía Mejía Anderson Yadir Piedrahita Usuga	Emisora UdeA	Universidad De Antioquia Medellín
3	Eduardo Arturo García Martínez	<b>Unicor Estéreo</b>	Universidad de Cordoba Montería
4	Cesar Augusto Montes Loaiza	UMFM	Universidad de Manizales Manizales
5	Yadir Arvey Enriquez	Radio Universidad de Nariño	Universidad de Nariño Pasto
6	Karina del Pilar Silva Becerra	Radio Universidad	Universidad de Pamplona Pamplona
7	Alejandro Herrera Uribe Hernán D. Gómez Gallego	La UFM Estéreo	Universidad del Quindío Armenia
8	Andy Steve López Cruz César A. Rodríguez Ángel	Andinaradio	Universidad del Área Andina Bogotá
9	María Alejandra Medina Mosquera	Unicauca Estéreo	Universidad del Cauca Popayán
10	Marisol Mesa Galicia	Radio Universidad del Tolima	Universidad del Tolima Ibagué
11	Diego Gómez Valverde	Univalle Estéreo	Universidad del Valle - Cali
12	Félix Joaquín Lozano Cárdenas	UFPS Radio	Universidad Francisco De Paula Santander - Cúcuta
13	Silvio Yalanda Chirimusca	Emisora Puben Payán	Universidad Misak - Silvia
14	Annia Carolina Forero Murillo	UPTC Radio	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Tunja
15	Oscar Ivan Forero Mosquera- Laura Milena Garzón Obando	Radio Universidad Surcolombiana	Universidad Surcolombiana Neiva
16	Gonzalo Diaz Cañadas	Radio Universidad del Chocó	Universidad Tecnológica del Chocó - Quibdó

# 4.

## NUESTRA CAJA DE HERRAMIENTAS





339 72 73  
Solo de OHC 1  
322 No 10

# NUESTRA CAJA DE HERRAMIENTAS

La caja de herramientas de **'TODAS LAS VOCES'**, lo dijimos al comienzo del documento, es ante todo una ruta, un sendero dividido en estaciones que permiten revisar conceptos, reflexionar sobre los modos como se entienden y se aplican dichos conceptos, evaluarse en el pensar y en el hacer, enriquecer las prácticas, y, finalmente, replantear o reforzar el ejercicio de programación que se está haciendo desde la radio. Esta caja está pensada para ser caminada a partir de fases secuenciales y complementarias, pero que también pueden abordarse de manera modular, es decir, que pueden ser trabajadas de manera independiente. Veamos la naturaleza del recorrido sugerido en clave de ciclo que puede adelantarse las veces que la estación lo considere pertinente:



# LA CAJA

**LA CAJA**, como lo indica el gráfico, está diseñada para que las emisoras accedan al primer módulo de análisis, y puedan encontrar un panorama, a diciembre de 2020, de la situación de las emisoras universitarias y puedan, a su vez, enmarcar su viaje por la caja en clave de lo que en líneas generales se está entendiendo por participación, cultura y diversidad. Es un módulo que si bien está compuesto más desde lo teórico, tiene la intención práctica de generar reflexión en las emisoras hacia los modos como venimos entendiendo el ejercicio de contar en nuestras radios, desde los criterios claves que mueven a **'TODAS LAS VOCES'**. Luego, se llega a una estación que podríamos llamar de espejos. Es decir, un módulo para mirarse por dentro y hacia fuera, y revisar, desde la **AUTO-REFLEXIÓN Y EL AUTO-DIAGNÓSTICO**, los modos de hacer y de afrontar prácticas dentro de las radios relacionadas con el trinomio **CULTURA - PARTICIPACIÓN - DIVERSIDAD**, pero también desde lo estructural, lo histórico y lo institucional.

Con el resultado del diagnóstico, la tercera sección de la caja nos muestra una bolsa donde se encontrarán algunas **TÉCNICAS, DISPOSITIVOS Y ESTRATEGIAS** que podrían utilizarse para apoyar el ejercicio presente y a futuro de la estación radial. No son todos los recursos, pero intentan apoyar -y motivar- la búsqueda de alternativas creativas y colectivas para continuar haciendo buena radio. Al final de la caja, la última herramienta nos muestra uno de los tantos caminos para planificar acciones, en lo que hemos llamado una hoja de ruta que pueda ser la base para el diseño de un plan de sostenimiento o de mejoramiento de nuestras prácticas de programación.

# 4.1

## MÓDULO 1: A MANERA DE MARCO CONCEPTUAL

Esta primera estación de la Caja, nos propone un marco, un encuadre, un punto de partida para pensar, desde ahí, la forma cómo estamos entendiendo estos tres elementos fundamentales del proyecto. En este punto, recuperamos las ideas surgidas en los distintos espacios de diálogo, en los formatos que diligenciamos a través de la red, en las entrevistas virtuales y en las conversas generadas al interior de los tejidos. Plantearemos entonces, a partir de lo dicho por las radios, lo que estamos entendiendo por lo cultural, lo participativo y lo diverso. La función de este primer módulo, entonces, busca que no solo conozcamos la forma como se asumen las radios universitarias en este trinomio de conceptos, sino también, que quien asuma la revisión de esta Caja intente confrontar, enfrentar, contrastar y hasta poner en crisis su postura en este mismo sentido.

### 4.1.1.

#### AUDIO CULTURA

### Lo Cultural

A la cultura hay que mirarla desde distintas ventanas; son muchas y esa multiplicidad de miradas posibles no basta para entenderla en su totalidad. Algunos, como Edward Taylor, la miran desde la perspectiva de las creencias, desde los elementos atados al arte, desde los saberes, desde lo moral, los hábitos y todo aquello que a lo largo de sus vidas, los hombres y las mujeres aprenden y apropian. Estos aprendizajes son diversos, por eso la cultura no es una sola, son muchas. Por ello hablamos más de la existencia de las culturas, antes que de una cultura universal, única y hegemónica; Taylor prefiere definirla como un “todo complejo”. Es decir, una cultura construida desde la humanidad y su devenir por el mundo, por los siglos de los siglos.

La cultura también se define no solo sobre los aprendizajes, sino también sobre las acciones transformadoras que produce el ser humano en su contexto. Todas aquellas prácticas sociales y la producción de artefactos y dispositivos necesarios para la adaptación en el territorio y para su goce y disfrute. Hablamos de acciones que se emprenden sobre la naturaleza, sobre los espacios creados y en sus modos de relación. Cultura es, entonces, todo lo que termina constituyendo la vida de los hombres y mujeres.

Y otra mirada interesante, de las muchas que podríamos hacer, tiene que ver con su capacidad de ser transmitida y de determinar los contextos y los pueblos desde esas prácticas heredadas y catalogadas en la categoría

de ancestrales, de sagradas; aquello que me identifica y aquello que debo defender. Una definición compleja; válida pero inquietante. Importante desde el respeto a la memoria y a los saberes, pero que puede generar conflictos con las nuevas manifestaciones en un mundo, ya de por sí bastante cambiante y convulsionado.

### **4.1.1.1. De la comunicación y la cultura**

Aterrizando el concepto desde nuestro quehacer radial, tenemos que acudir a Jesús Martín Barbero cuando nos insta a no desligar el concepto cultura del concepto comunicación. Son fuertes y finas las costuras, tan finas que no se ven. Nos dice que, qué es la comunicación sino la forma como se expresa y se concreta la cultura. La forma como las acciones se cuentan y se viven son expresiones de comunicación. Incluso, nos invita a pensar si no hay algo de perro grullo en hablar, por ejemplo, de una radio cultural. ¿Qué radio no lo es?

De ahí la insistencia del maestro Barbero para pedir a los comunicadores en general, pero en nuestro caso particular, a las radios de interés público -y a las comunitarias- la obligación de asumir un ejercicio de la comunicación amplio, valiente, plural, polifónico y sobre todo, hacer una comunicación en la quepa todo el país, como tema y como actor.

### **4.1.1.2. Las definiciones que de lo cultural hacen las radios**

La cultura, ligada a las radios, es vista como un espacio para la interacción de las distintas realidades sociales que cohabitan los territorios. Y el énfasis está en la interacción; no se trata de estar en el mismo espacio, se trata del intercambio, de la confrontación, de la complementariedad, del diálogo permanente. Ahí se cuece la cultura como discurso, esa que hay que contar.

La cultura como un elemento en el tiempo, no ligado exclusivamente al pasado. Una cultura viva que explica de dónde se viene, cómo se ha llegado al momento que se vive, pero que también determina ese norte hacia el que se camina, a partir de lo que se construye y de lo que va siendo. Y en ese mirar a futuro, aparece un concepto fuerte. Uno que se resume en las palabras "horizonte de posibilidades" y que plantea la potencia que se tiene para la construcción de una ruta vital desde las múltiples opciones que plantea la cultura a partir de los distintos escenarios que surgen ligados a la forma como se asume la habitación de los espacios, a los modos de relación que construye la gente y en las tensiones que se generan en ese choque entre lo heredado del pasado y lo emergente en el presente. Una cultura como fusión de las huellas de la historia, la pulsión de las representaciones e identidades del presente y las incertidumbres e imaginarios hacia el futuro..

### 4.1.1.3. La cultura como manifestación de lo que se es

Horizonte de manifestaciones humanas que se nutre de lo simbólico, lo social, lo político, lo material, lo ambiental, la memoria y la historia. Un universo que se mezcla, se nutre, hace una simbiosis y se manifiesta en prácticas, tradiciones, íconos; y que determinan la forma como los hombres y mujeres se reconocen a sí mismos y apropian su relación con el territorio.

Una cultura que es dinámica, que conflictúa y que si intenta apresar busca grietas y se expresa en las músicas, en las comidas, en las estéticas, en los acentos, en las expresiones, en las creencias, en los deseos, en la transformación que sufren las prácticas tradicionales, en las formas de hacer y vivir el arte, y en los modos como se replantean las relaciones humanas, sociales e íntimas.

Una cultura que le da materialidad a la necesidad de expresar las formas de vida que asumen y confeccionan los pueblos para exteriorizar cómo se quiere ser contado y visto. Una cultura que es mezcla pero en clave de suma. La cultura vista como el producto resultante del proceso infinito de producción y circulación de significados, es decir, de las maneras de ver la vida y de entender el territorio. La cultura como ese dispositivo con el que los seres humanos y los grupos sociales le dan sentido a su experiencia vital.

## 4.1.2.

### Lo Diverso, como la puerta para la inclusión en la radio

#### AUDIO DIVERSIDAD

Pensar la diversidad es pensar en el otro y en los otros como seres posibles, válidos, reconocidos. Es, como lo plantea Guédez, la posibilidad expresiva de las diferencias, pero unas diferencias que se ven como posibilidad y no como elemento negativo, diferenciador/distanciador o discriminatorio (Guédez, 2005). El autor va más allá y equipara, sin igualar, la diversidad con la inclusión, en la medida que la primera comporta o permite la existencia de la segunda y, si esta última no está, la primera se queda en mero discurso. Por último, pensando en nuestro quehacer radiofónico, nos hace una invitación permanente a pensar la diversidad como la posibilidad de que toda persona tenga el derecho a manifestarse tan diferente como se sienta, y a ejercer y defender esa manera como quiere ser visto o, en nuestro caso, escuchado.

Pensamos también en la diversidad como una herramienta para la construcción de sociedades que cohabitan en clave de convivencia pacífica y armónica. En la medida en que se conoce y se respeta la cultura del otro, es mucho más factible generar sinergias con aquellos con quienes compartimos el espacio por efectos del azar, la casualidad o el destino. Otros

como Besalú (2002), hablan de la diversidad como una suerte ejercicio de reivindicación de lo personal que defiende cada uno, y que se nutre del reconocimiento de la individualidad, la originalidad y la irrepitibilidad de los otros.

Finalmente, para cerrar este breve resumen conceptual, tenemos que remitirnos a sentencias complejas como la de Levy-Straus que plantea cómo es en la cohabitación de las culturas diversas que se hace posible la propia cultura, o la de Clifford Geertz cuando plantea que en una época en la que las diversidades se mezclan, y no existe un “cómo no darse esa fusión”, es clave pensar la diversidad como una necesidad, totalmente alejada de la indiferencia, de la desconexión, de la intolerancia (Val Cubero, 2017).

La diversidad, entonces, se antoja como una forma de pensar y de actuar frente a la posibilidad de construir en conjunto, de complementar nuestra visión del mundo con el universo y el imaginario de los otros. Una radio que no solo deja entrar a los otros, sino que busca la manera de nutrir su voz con la voz de esos otros y que, como centro de todo, intenta generar una mirada en colectivo, multicolor, multipensante, con texturas, ritmos armónicos y disensos necesarios.

### **4.1.2.1. Lo que de diversidad dicen las radios**

Partimos del consenso de que hay una relación estrecha y casi indivisible entre la diversidad y las otras dos patas del trípode: la cultura y la participación. Una situación que impide asumir un concepto sin los otros dos. Esto propone la necesidad de conocer y entender la cultura del territorio que habita la radio, para entender así las diferencias y darle cabida real y efectiva a las mismas.

En lo que respecta a la diversidad, se entiende no solo como la inclusión en un solo espacio de las diferentes formas de ver el mundo, sino, además, de la generación de vasos comunicantes que permitan la articulación de esta variedad de perspectivas, visiones y voces. Una articulación que una a los distintos espacios y sectores de la sociedad, con especial énfasis en aquellos que por fuerza de lo hegemónico han sido enmudecidos. La diversidad como un punto de encuentro en el que esta abundancia de formas de ver el mundo sean identificadas, pero también, y más importante, sean contadas; que se cuenten en la suma colectiva, pero que también ellas cuenten desde la posibilidad de expresarse.

Se habla también de una diversidad que debe fortalecerse como concepto guía del hacer, pero que tiene que convertirse en práctica concreta y transversal. Hablamos casi que de un componente fundamental de la línea editorial de la radio. Que esta diversidad no solo se manifieste en la inclusión de programas diversos sin ninguna articulación y que antes que aportar,

conviertan a la radio en una Torre de Babel armada a punta de retazos sin fuertes costuras. Una diversidad que aporte a la definición de lo que somos (identidad), y que tenga mucho que ver en lo que definimos como camino para avanzar (prospectiva).

La diversidad se proyecta también como una imperiosa necesidad de mirar el entorno con mirada aguzada para reconocer los matices y texturas. Hablamos de la necesidad permanente y constante de tomarle la foto al contexto para identificar sus transformaciones, de manera que podamos detectar la emergencia de esas transformaciones, para su consecuente inclusión en el discurso. Esto, insisten las radios, le aporta al fortalecimiento de las identidades y al trabajo colectivo, que permita ver la diferencia como costura y no como fisura.

### **4.1.2.2. De los retos en torno a la diversidad**

El primer reto, coinciden las radios, es asumir la diversidad de manera integral, desde la base estructural de la emisora. Que atraviese todos los componentes y procesos que involucra el ejercicio de producción radiofónica. Que no caiga en una simple bandera de apariencia. Que se crea firmemente en ella y se evidencie no solo en la suma de múltiples voces, sino en su articulación e integración. Una diversidad que contemple la posibilidad de integrar otras voces, otros sonidos, otros temas y otras músicas. Una diversidad que no solo permita que la radio comprenda y articule los disensos, sino que también ayude a que los públicos, sus audiencias, también comprendan la importancia de entender los distintos universos que se viven en el territorio y ponerlos a jugar en unidad.

El otro reto tiene que ver con buscar los caminos adecuados para potenciar y poner a jugar esa diversidad en las radios. Pensar, no solo si estamos reconociendo la presencia de los otros diferentes, sino también si estamos dispuestos a integrarlos en la voz de la emisora. No basta con saber que hay diferencias, es necesario permitir que estas se expresen sin alterar nuestro proyecto radiofónico, al contrario, fortaleciéndolo. Es decir, se trata de pensar estrategias robustas y consistentes en los que se indague por la presencia de los otros, se entienda esa presencia y se negocie la convivencia sonora con lo que no es igual.

### **4.1.2.3. Las ganancias por pensar desde lo diverso**

La radios consideran importante pensar la programación desde la integración de voces, pero también de actores e instancias. Piensan en la importancia de sumar las distintas visiones desde la propia academia, no solo desde la integración de unidades académicas distintas a las relacionadas con la comunicación, sino también de instancias directivas y administrativas o las asociaciones de egresados y los mismos sindicatos. Todo cuenta, todo suma.

Otra ventaja de pensar la radio desde la diversidad tiene que ver con la posibilidad de acercar la emisora al contexto, generando mayores niveles de apropiación en los públicos, en la medida que estos se sienten contados e integrados en lo que escuchan. A su vez, la voz de la radio gana las texturas y matices de las regiones que habita; espacios que también tienen estos matices en los acentos (la costa y lo andino en una sola región), en los modos de vida en contraste (urbano y rural), en las procedencias y ambulancias (la población migrante y la receptora), o en los desencuentros y en las crisis (radio desde los disensos).

Finalmente, la diversidad como una posibilidad de reforzar los ejercicios de formación de públicos abiertos a escuchar otras voces y otras músicas; públicos dispuestos a escuchar desde la alteridad y a mirar el mundo a través del prisma de la multiculturalidad; públicos dispuestos a habitar un mundo en el que todos quepan, alejados de las distintas actitudes de rechazo hacia lo distinto. Es decir, una radio impulsando en los públicos la diversidad como una manera de promover la tolerancia y el respeto por aquello que se sale de los parámetros del universo propio; una radio y unos públicos en los que se apuesta por disminuir o eliminar los racismos, la homofobia, el machismo, la xenofobia y todo lo que intente negar los otros universos.

### 4.1.3.

## La Participación, una apuesta política y filosófica

#### AUDIO PARTICIPACIÓN

Después de realizar un breve recorrido sobre cómo se ha entendido desde diversos autores el concepto de participación, lo primero que encontramos es su relación indisoluble con lo político, de allí el binomio “participación política” desde donde también se vincula este concepto con la esfera de lo público, la democracia y la representatividad; una primera definición nos la brinda el psicólogo español José Manuel Sabucedo, quien considera a la participación política como “un concepto que va unido de forma obligada al de democracia. La esencia del régimen democrático, y lo que en última instancia lo legitima, es la posibilidad que tienen los ciudadanos de incidir en el curso de los acontecimientos políticos” (Sabucedo, 1988).

Una ampliación de lo anterior lo podemos encontrar en el artículo La Cultura de la participación, en donde Roberto Aparici y Sara Osuna plantean que “Participar implica formar parte, colaborar con los demás y conformar el grupo del consenso para conseguir metas comunes. En realidad, la participación es un derecho de la ciudadanía y así debe ejercerse de forma libre, crítica y responsable en todos los sectores de la vida” (Aparici & Osuna Acedo, 2013)

Si bien en las democracias actuales, la forma más habitual de participación es el voto, no es el único recurso de los que dispone el sujeto para incidir

en el mundo político (Sabucedo, 1988), de hecho, la gama de posibilidades es amplia y diversa y varía en gran medida, de acuerdo con las realidades sociopolíticas, demográficas y psicológicas de los sujetos que deciden participar en actividades, desde lo individual o colectivo, con el propósito de incidir de alguna manera en los asuntos públicos:

*“La participación es siempre, a un tiempo, un acto social, colectivo y el producto de una decisión personal. Y no podría entenderse, en consecuencia, sin tener en cuenta esos dos elementos complementarios: la influencia de la sociedad sobre el individuo, pero sobre todo la voluntad personal de influir en la sociedad” (Merino, 2019)*

Desde este punto de partida, y mirando sus adaptaciones y aplicaciones en lo social, la participación se convierte en una pieza clave de diversos tipos de intervención, como por ejemplo, el trabajo comunitario, en donde es necesario el involucramiento de diferentes actores sociales, que permitan la apropiación y sostenibilidad de procesos en los territorios, así como en la injerencia directa en las decisiones que se tomen y en las transformaciones que de ellas se deriven. Así mismo, desde una mirada comunicacional, la participación implicaría modelos de comunicación horizontales donde las relaciones de poder, proporcionen a cada individuo la posibilidad de intercambiar puntos de vista, expresar ideas, comentarios, experiencias y el trabajar colectivamente (Aparici & Osuna Acedo, 2013).

Sin embargo, ya para ir finalizando este recorrido conceptual, la participación plantea el siguiente dilema: “no todos quieren participar aunque puedan, y no todos pueden hacerlo aunque quieran” (Merino, 2019), dilema al cual no son ajenas las emisoras universitarias, pues las reta a buscar constantemente un equilibrio entre la posibilidad de incluir diversos actores que desde sus voces den cuenta de los múltiples pensamientos y sentires de los grupos que habitan un territorio, sin que esto termine afectando su identidad y sus lineamientos filosóficos. Esto implica que, siendo conscientes de que si bien no es posible garantizar la participación de todos los actores, el proceso (comunicativo en este caso) deberá ser lo suficientemente flexible y abierto “para poderse adaptar a las condiciones reales de las personas y para que éstas puedan participar desde sus particulares circunstancias” (Marchioni, 2001), en aras de favorecer “la expresión ciudadana que apoya la creatividad y la puesta en común de creaciones propias y colectivas” (Aparici & Osuna Acedo, 2013).

Todo lo planteado anteriormente, nos va llevando a identificar las maneras como las diversas formas y los dilemas de la participación son también parte del quehacer de las emisoras universitarias y de las dinámicas de construcción de su programación y sus contenidos ¿se considera a la participación como una apuesta política? ¿Cómo un elemento fundamental en el fortalecimiento de la democracia? ¿es posible que la participación de diversos actores represente las voces y culturas de un territorio, reconociendo que es imposible que todos participen?

### **4.1.3.1. El oficio de tejer: uniendo hilos, haciendo nudos, dejando huecos**

Una vez, realizado este breve tránsito por algunas aproximaciones al concepto de participación, nos adentramos a identificar cómo ha sido entendido y adaptado por el grupo de 16 emisoras universitarias que hicieron sus aportes al proyecto. Aquí es importante aclarar que no es nuestro propósito buscar un consenso o una unanimidad en el concepto, nos inclinamos más por ver las diferentes formas en que se ha asumido, apropiado y se han puesto en juego. Ello nos lleva inevitablemente a la construcción de un tejido, en donde cada emisora aportó hilos, nos dio pistas para hacer nudos al identificar puntos de encuentro con otras emisoras y nos permitió dejar huecos cuando las posturas diferían entre sí.

Lo primero que habría que mencionar, son las posturas que entienden el concepto desde lo estructural: es decir, cuando la participación es entendida como un acto político en sí mismo, una decisión que se instaura como derrotero filosófico que da lineamientos a la manera de asumir la emisora y que permea el quehacer de la misma, incluyendo, por su puesto, la construcción de la parrilla de programación. En este sentido, el desafío sería hacer de la participación una práctica permanente, lo que requiere generar líneas desde lo social, lo cultural y lo académico para el ordenamiento y equilibrio en la producción y en la difusión.

En segunda medida, y derivado del punto anterior, se entiende que la participación implica un ejercicio de decisión y de poder; es decir, toda participación tiene una intención y, por ende, unas implicaciones que debería ir en consonancia con la autonomía de pensamiento y con la autonomía universitaria.

Finalmente, se entiende que la participación es un concepto que en su aplicación es una construcción permanente, es decir, nunca habrá una participación plena como ya se mencionó anteriormente. En la práctica, esto implica que desde el equipo de la emisora se esté realizando un permanente ejercicio de acercamiento a sus realidades circundantes, para identificar los diversos actores que aparecen, desaparecen, cobran o pierden relevancia en los territorios, en la medida en que se van dando transformaciones en las subjetividades y en la sociedad.

### **4.1.3.2. Los de adentro, los de afuera, los que oyen**

Quizás, la manera más común de entender la participación en las emisoras universitarias, que realizaron aportes a este proyecto, tiene que ver con la participación de los diferentes actores existentes en el territorio de injerencia de cada radio. De tal manera, encontramos que los actores que más presencia tienen en la parrilla de programación son - casi que por

obvias razones- la comunidad universitaria y dentro de ella, principalmente docentes y estudiantes, bien sea con propuestas direccionadas desde alguna unidad académica (programa o facultad) o por intereses propios no relacionados con su vínculo con la universidad. En este aspecto se encontró la existencia, en algunas universidades, de incentivos de tipo académico para los docentes y estudiantes que participan en la producción de contenidos y programas. También, en algunos casos, es importante la participación de los colaboradores de las unidades administrativas, egresados, jubilados y sindicatos de empleados. Esta variedad de actores, por demás, permite la participación de diferentes poblaciones que tienen la presencia en la universidad: etnias, identidades de género, orientaciones sexuales, capacidades, filiación religiosa y edad.

Otros actores que tienen una participación importante en la programación son los actores individuales o institucionales externos a la universidad y la comunidad en general: en este grupo entrarían emisoras comunitarias, organizaciones no gubernamentales, fundaciones, asociaciones, gremios, sociedad civil, gestores culturales y líderes sociales, por citar algunos ejemplos.

Finalmente, dentro de esta dimensión también estarían incluidas las audiencias que logran tener algún impacto en la programación, principalmente con ejercicios de retroalimentación realizados a los contenidos a través de los canales de comunicación establecidos como el correo electrónico, las llamadas telefónicas, los mensajes de texto y las redes sociales. Además, algunas emisoras recogen insumos con la realización de estudios de audiencia, de percepción, PQRS, evaluaciones desde el Sistema de Gestión de calidad, trabajos y tesis de grado.

### **4.1.3.3. Participar es mucho más que abrir micrófonos**

Un tercer elemento identificado estaría relacionado con las diferentes formas en que esa participación se vive en la cotidianidad de la emisora; y aunque existen tantos caminos como emisoras participantes, proponemos destacar los siguientes:

- Realizar un proceso de convocatoria abierta que propenda por la búsqueda de horizontes comunes y de transformación social.
- Contar con protocolos, manuales de estilo y formatos que permiten receptionar, analizar y seleccionar las propuestas de nuevos programas.
- Implementar un proceso de formación, asesoría y acompañamiento en temas relacionados con la producción radiofónica para los actores que ingresan a la emisora.

- Salir a “caminar” el territorio: interpretarlo, conocerlo, y recrearlo al renegociar y reorganizar periódicamente los resultados de ese caminar en la programación.
- Utilizar un lenguaje incluyente y respetuoso con todos los actores participantes de la emisora y de su programación.

Lo anterior, de ninguna manera debe entenderse como una “fórmula mágica para lograr una programación participativa” y sin duda existirán muchos más caminos; nuestra invitación es a analizar la aplicación de los mismos en cada contexto, a observar sus fortalezas o debilidades, según sea el caso.

#### 4.1.3.4. ¿Para qué una programación participativa?

Un último elemento identificado tendría que ver con la finalidad de poner en práctica un ejercicio participativo en la programación de una emisora, es decir, se trataría también de la intención con la que se programa. Y allí una de las emisoras participantes nos dio pistas muy potentes: la participación se trataría de una apuesta por el fortalecimiento de la capacidad de debatir asuntos, de aceptar el disenso, de conducir al diálogo, de afrontar las críticas, de promover el respeto por el otro; en últimas, se trataría de una apuesta por la democracia, lo que nos llevaría de nuevo al concepto de “participación política” con el que se inició este apartado.

Sin embargo, emergen reflexiones que bien vale la pena hacer pues se trata de un camino que no deja de ser complejo:

¿La participación implica que en la colectividad todos quedemos contentos?

¿Cómo abrir la participación a diversos actores y que esa variedad de voces termine fortaleciendo la identidad de la emisora?

¿La construcción de una parrilla de programación diversa y participativa es un acto político?

# 4.2

## MÓDULO 2: LA AUTO-EVALUACIÓN

Una vez enmarcados en lo que vamos a entender por lo diverso, lo participativo y lo cultural, la segunda estación de esta caja invita a un ejercicio de revisión de nuestras prácticas. Creemos necesario adelantar la revisión de una serie de categorías y dimensiones que nos pueden mostrar una fotografía más exacta de la forma como estamos asumiendo la programación de nuestras estaciones. El objetivo concreto de esta estación será enfrentarnos a una herramienta de **AUTO-DIAGNÓSTICO** que nos llevará, a través de enunciados que recogen situaciones relativamente ideales, a pensar en lo que hacemos y a tener insumos y razones para decidir si afianzamos esas prácticas, si las revisamos y ajustamos o si, en el caso extremo, las transformamos de manera radical.

El instrumento que está a punto de enfrentar, surge de la revisión de los distintos momentos de encuentro del proyecto; del análisis de las ausencias y los hallazgos, y de la urgente necesidad de cuestionar el lugar de cada radio ante estos elementos detectados.

La herramienta de auto-diagnóstico propone un ejercicio periódico y constante. Se plantea como una fotografía que puede ser tomada cada que se crea necesario y podrá ser entendida como una línea base o un punto de partida para iniciar procesos de mejoramiento de nuestras prácticas de programación.

### 4.2.1

#### El formato

El dispositivo está soportado en un archivo de excel construido a través del sistema de tablas dinámicas y específicamente del sistema de evaluación por semáforo. Como tal, su objetivo está en mostrarnos, a través de un resultado cromático, el nivel de desarrollo frente a cada una de las 18 dimensiones, divididas en 4 categorías. Como parte inicial del instrumento, la emisora que desee enfrentarse al ejercicio de autoevaluación, encontrará una pestaña de inicio con dos funciones clave: por un lado, plasmar la identificación del equipo que realiza el ejercicio y sobre todo, determinar la fecha en que se hace; esto para que se pueda llevar un control periódico sobre la frecuencia de las autoevaluaciones. Y por otro lado, en esta primera pestaña, también está el tablero interactivo que podrá llevar al equipo a cada una de las categorías y dimensiones y, al finalizar el ejercicio, a la fase de resultados representado en el Semáforo. Adicionalmente, también encontrará links que pueden conducir a las tres pestañas siguientes e

inmediatas y en donde podrá conocer/recordar la esencia del proyecto en el que se inscribe el ejercicio, además de conocer la metodología para el diligenciamiento de la herramienta y, finalmente, para conocer a los equipos que han gestado la experiencia, desde los estamentos inscritos al Ministerio de Cultura y el equipo de profesionales investigadores, hasta, y más importante, el colectivo de emisoras que aportaron para el desarrollo de **'TODAS LAS VOCES'**.

Luego aparecen 18 pestañas, correspondientes a igual número de dimensiones, distribuidas así:

CATEGORÍA	DIMENSIONES
TEMAS GENERALES	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Documentos Orientadores.</li> <li>2. Instancias de programación.</li> <li>3. Monitoreo y evaluación.</li> <li>4. Canales de promoción y difusión.</li> </ol>
CULTURA	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Agenda Cultural.</li> <li>6. Gestación Cultural.</li> <li>7. Sobre lo musical.</li> <li>8. Diálogos culturales.</li> <li>9. Memoria.</li> <li>10. Patrimonio cultural.</li> <li>11. Identidad cultural.</li> <li>12. Públicos.</li> </ol>
PARTICIPACIÓN	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. Comunidad Universitaria.</li> <li>14. Comunidad externa.</li> <li>15. Audiencias.</li> </ol>
DIVERSIDAD	<ol style="list-style-type: none"> <li>16. Diversidad de pensamientos.</li> <li>17. Diversidad de contenidos.</li> <li>18. Diversidad de plataformas.</li> </ol>

Finalmente, el dispositivo posee una última pestaña que contiene los 18 semáforos que, por cada dimensión, estarán mostrando los resultados alcanzados en la autoevaluación.

Estos resultados podrán tener tres resultados cromáticos y cuatro niveles de alerta, así:

### **A) ROJO: NO APLICADA**

Para respuestas positivas ubicadas entre el 0 y el 30%, lo que indica que esta dimensión se considera NO APLICADA, y el mensaje de alerta será bastante complejo recomendando importantes transformaciones en tal sentido.

### **B) AMARILLO: PARCIALMENTE APLICADA**

Para respuestas positivas ubicadas entre el 30% y el 90%, en cuyo caso la dimensión es cuestión se considerará como, y tendrá dos posibles mensajes de alerta, uno para resultados ubicados entre el 30 y el 60%, con recomendaciones importantes que implican muchos de los ítems evaluados, y otro para los ubicados entre el 60% y el 90 %, y en el que las recomendaciones para transformación son menos complejas y resaltará lo positivo.

**C) VERDE:** para respuestas entre le 90% y el 100% en el que se invitará a continuar con el trabajo en torno a la dimensión y a la necesidad de sostener lo bueno que se está haciendo.

## **4.2.2**

### **La mecánica**

El primer paso, fundamental, es personalizar el ejercicio de **AUTO-EVALUACIÓN** identificando a los actores que lo realizan y el momento histórico en el que ocurre. Una vez diligenciada esta información en la pestaña de inicio, la emisora podrá adelantar el ejercicio de autoevaluación de manera total o podrá determinar las categorías y dimensiones que en un momento dado quiere revisar. El dispositivo está diseñado para responder a esta evaluación total o parcial, la única condición es que la dimensión o dimensiones que se evalúen deberán ser revisadas en su totalidad para que el semáforo se active.

Una vez decidida la dimensión que se ha de evaluar y luego de ingresar a ella a través del botón de inicio o de forma directa a la pestaña correspondiente, el equipo deberá ir revisando los enunciados categóricos que integran la dimensión y, al revisar la situación de la emisora, podrá calificar decidiendo entre tres opciones:

<b>0</b>	<b>Si lo planteado en el enunciado no se ha aplicado en la emisora.</b>
<b>1</b>	<b>Si hay una aplicación parcial de lo establecido por el enunciado.</b>
<b>2</b>	<b>Si se considera que lo expuesto en el enunciado aplica de forma contundente o muy cercano a lo total para la emisora.</b>

El dispositivo está programado para que no acepte una cifra distinta a 0, 1 o 2; si ingresa una cifra o un caracter distinto, marcará error. Al finalizar la dimensión, se arroja una cifra total que representa el porcentaje de aplicación de la dimensión. Si se tiene el 90% o más de aplicación, el semáforo marcará verde para ese item y lanzará una alerta positiva con algunas recomendaciones para alentar a continuar con el buen trabajo. Si el porcentaje marca entre el 30% y el 89%, el semáforo indicará amarillo; con la salvedad que tendrá una recomendación diferente si el porcentaje está entre el 30% y el 59% , y otra distinta entre el 60% y el 89%; esto dada la complejidad de las ausencias y logros que implica cada rango de calificación. Finalmente, si el porcentaje es igual o inferior al 29% de aplicación, el semáforo marcará rojo y la recomendación será mucho más exigente.

Antes de pasar al dispositivo, queremos recordar que lo ideal es adelantar una auto-evaluación total, sin embargo, será potestad de la emisora decidir qué categorías y dimensiones revisar. Así mismo, al finalizar el ejercicio es tan importante fijarse en el color arrojado por el semáforo y en la recomendación arrojada por el dispositivo, como importante es ir analizando la respuesta que se da a cada enunciado. En esta revisión particular también se irán encontrando elementos que deberán incluirse en el plan de mejoramiento que la Caja te invitará a desarrollar en su módulo 4.

### 4.2.3

## El dispositivo en línea

A través del siguiente link, el equipo de la radio universitaria podrá descargar o diligenciar directamente el dispositivo de autoevaluación. Recuerde que es un ejercicio que debe y puede hacerse de forma constante. Al finalizar el ejercicio, podrá imprimir o convertir a PDF los resultados.

### Herramienta de Autoevaluación

# 4.3

## MÓDULO 3: BOLSA DE RECURSOS

A esta estación se llega con la idea de dotar a nuestro quehacer con prácticas, dispositivos y formas de trabajo que potencien lo que hacemos o que nos ayuden a mejorar aquello que el ejercicio de auto-evaluación nos ha permitido identificar. Las herramientas aquí consignadas surgen, por un lado, de los aportes que en los espacios de diálogo nos compartieron los y las representantes de las 16 estaciones que se unieron a **'TODAS LAS VOCES'**. Por otro lado, son el resultado de los hallazgos generados en el diseño de las 18 dimensiones contenidas en el módulo de autoevaluación. Pero también, son el fruto de revisar las experiencias que se han acompañado por muchos años, tanto a nivel de formación como de producción radiofónica.

No son todas, son tan solo un pequeño inventario en el mar de posibilidades que ofrece la radio y su fusión con otras prácticas y saberes. Están agrupadas por zonas, a partir de nuestros temas/eje. Esperamos que las recorra, las analice, las pruebe y si así lo desea, las incorpore a su ejercicio de hacer radiofónico.

### 4.3.1.

#### **Dimensión 1:** Documentos orientadores.

#### 4.3.1.1.

#### **Herramienta 1:** Volviendo a la misión y a la visión.

La elaboración de la misión y la visión de una organización tiende a considerarse un requisito administrativo y en ocasiones se convierte en letra muerta. La idea es repensar esta actividad como lo que es: un norte permanente que guía la acción de la empresa, en nuestro caso, de la emisora. Es por ello que esta herramienta invita a que de manera constante se vuelva a las preguntas orientadoras que dan lugar al diseño y a la concreción de este par de dispositivos. En este sentido, importante volver a revisar lo presentado en La Radio comunitaria una empresa social sustentable, un manual desarrollado desde Resander, en su capítulo herramientas para la gestión.

Las preguntas generadoras que plantea son las siguientes:

1. **¿Quiénes tuvieron la iniciativa de crear la emisora y quiénes apoyaron esta idea?**
2. **¿Cómo se originó la emisora? Describa las necesidades identificadas que influyeron en su origen.**
3. **¿Cuáles fueron las intenciones iniciales de quiénes crearon la emisora? ¿Para qué la crearon?**
4. **¿Cuáles fueron los principios y valores que definieron para este medio de comunicación quienes crearon la emisora?**

Y frente a la visión, unas preguntas básicas:

5. **¿Cómo y en qué lugar nos imaginamos a futuro?**
6. **¿En cuánto tiempo queremos llegar a alcanzar ese sueño?**

Este ejercicio, que debe ser un espacio de construcción colectiva con distintos actores involucrados en el desarrollo y la administración de la radio, debe tener presente siempre el sentido y la función de estos dos elementos, y por ende, la importancia de estar revisándolos y construirlos desde la realidad del medio y desde las proyecciones reales de la emisora y de la universidad: la misión como ese gran objetivo y la función que queremos cumplir como emisora; la visión como ese lugar o esa situación a la que se aspira llegar en un tiempo determinado.

## **4.3.2.**

### **Dimensión 2:** Instancias de programación.

#### **4.3.2.1.**

#### **Herramienta 2:** Caracterización de actores de la comunidad universitaria en clave de programación.

Frente a la posibilidad de des-conexión o des-articulación de la emisora con respecto a la estructura general de la universidad, es importante adelantar acciones permanentes que permitan un mayor y eficaz entronque entre la radio y las distintas instancias que componen la Institución Educativa. La propuesta parte del ejercicio de adaptación de metodologías de mapeo o caracterización de actores, con el objeto de lograr la identificación, caracterización, análisis de las relaciones y la proyección de trabajo articulado con distintas organizaciones, colectivos, facultades, institutos, escuelas, unidades académicas y demás instancias que componen la comunidad universitaria.

Este ejercicio pretende hacer esta caracterización en clave de alimentar los espacios de trabajo propios que ya existen en la emisora como puede ser la Junta de Programación, o la creación de otros espacios según la situación particular de cada contexto. Como metodología para poner en práctica esta herramienta, y basados en el documento planteado por Pozo Solís (2007), se proponen los siguientes pasos: primero identificación y clasificación de los actores clave en las distintas instancias de la universidad (estamento estudiantil y docente, ámbito de extensión, investigación y lo administrativo); segundo, caracterización de actores clave, su rol y la función que cumplen; tercero, identificación de las relaciones con esos actores y el estado de las mismas; y cuarto, elaboración del mapa de actores y la posible articulación de estos con la emisora. A partir de este ejercicio, se tendrá una poderosa y permanente herramienta para apoyar la función de la emisora, pero también para diseñar planes y trazar nuevos escenarios de acción.

### 4.3.3.

## **Dimensión 3:** Monitoreo y evaluación.

### 4.3.3.1.

## **Herramienta 3:** Análisis de las parrillas de programación.

La programación de una emisora es, en una gran proporción, la forma como la radio se conecta con el mundo y puede hacer explícita no solo su voz, sino también su pensamiento y la forma como asume su lugar en el universo sonoro-social<sup>1</sup>. La programación debe ser vista, como lo plantean Mata y Scaraffia (1993) al citar una investigación sobre la radio popular en el Perú, como mucho más que una simple sumatoria de programas. Es o debe ser, ante todo, un ejercicio pensado, analizado, y dispuesto de forma estratégica para responder a una serie de criterios dictados por el contexto particular en que cada estación radial opera. De ahí la importancia de mirarla como una estructura lógica y como un sistema donde todo está conectado. Por todo lo anterior, es clave generar un proceso continuo de monitoreo y evaluación de la programación, algo que sin duda todas las radios hacemos de una u otra forma. Para contribuir con este ejercicio, compartimos una matriz que puede ayudarnos a dirigir este análisis. En esta herramienta, que se puede modificar acorde a la experiencia de cada radio, intentamos tener una foto permanente que nos permita identificar el balance en los tipos de contenidos que desarrollamos y su distribución en la franja horaria; los sistemas de producción que nos ayudan a dosificar los recursos humanos y técnicos, los públicos a los que le apuesta cada proyecto sonoro, el tipo de financiación y tantas preguntas como creamos se requieran. Veamos un modelo que puede ser un buen punto de partida, incluido en el documento La Radio Comunitaria, una empresa social sustentable.

# ANÁLISIS DE PARRILLA

No.	Programa	Contenido	Emisión	Público objetivo	Financiación
		Musical puro Música con mensaje Informativo Temático Política que favorece	Día Hora Pre-grabado Programdo En Directo	Niños Jóvenes Adultos Adulto mayor Mujeres Otros	Costo real del programa Valor financiado Valor de convenios

<sup>1</sup>Concepto acuñado por la investigadora Luz Eneyda Ramírez, para designar cómo la sonoridad es un elemento clave para comprender las dinámicas sociales de un territorio.

### 4.3.3.2. Herramienta 4: Audiografías.

Esta herramienta surge del trabajo de investigación de Marita Matta, nutrido por otra de las grandes investigadoras de la radio, Cristina Romo. El objetivo central es poder reconstruir la sonoridad radiofónica de una zona, a partir de diversos aspectos y en una especie de ejercicio de benchmarking aplicado al tipo de radio que las audiencias de nuestro contexto escuchan. Esto, no busca necesariamente identificar y determinar la producción de nuestra radio a partir de los hallazgos de la escucha, sino, por el contrario, brindar insumos necesarios para generar alternativas o elementos que planteen un tono particular y diferencial para la voz de nuestra radio. En síntesis, las audiografías son ejercicios de escucha, registro, análisis de los discursos radiofónicos que en nuestro contexto puedan brindar paralelos y contrastes que, finalmente, nos ayuden a revisar nuestro propio hacer.

Metodológicamente, consiste en adelantar una serie de fases:

FASES	
1	Determinar la muestra a escuchar (qué emisoras y/o programas).
2	Conformar el equipo de escucha necesario para cubrir la muestra seleccionada.
3	Diseñar los instrumentos de registro y validarlos con los miembros del equipo de escucha.
4	Determinar el tiempo o la periodicidad con la que se escuchará la muestra y adelantarla.
5	Procesar los datos de la escucha, a partir de las distintas categorías establecidas.
6	Realizar el análisis de lo encontrado, buscando aplicaciones posibles en un plan de mejoramiento de nuestro hacer radiofónico.

#### 4.3.4.

### **Dimensión 4:** Promoción y difusión.

#### 4.3.4.1.

### **Herramienta 5:** Parrilla de programación digital interactiva.

Se trata de garantizar el diseño digital de la parrilla de programación y ponerla en pantalla a través de la página web de la radio o de la Universidad. Esta parrilla deberá estar dotada de links en los nombres de cada programa y estos, a su vez, nos llevarán a subpáginas de cada una de las experiencias radiofónicas que la componen. El objetivo se soporta en la necesidad de construir un tejido digital que permita que nuestra programación esté al alcance de las audiencias que habitan en el ciberespacio y que pueden encontrar un dispositivo que cumple varias funciones. Por un lado, pueden conocer de manera inmediata y actualizada la programación de la emisora, pero a su vez, pueden, de manera selectiva, conocer información detallada de los distintos programas, y en algunos casos, dependiendo de la disponibilidad, escuchar material podcast y/o complementario de cada experiencia de producción que conforma la propuesta sonora de la nuestra radio. Este dispositivo, en lo posible, deberá estar complementado con un acceso online a la emisión general en vivo de la estación. Esta herramienta implica un trabajo colaborativo en el que interviene tanto el equipo central, como los distintos equipos de producción de las franjas y programas.

#### 4.3.5.

### **Dimensión 5:** Agenda cultural.

#### 4.3.5.1.

### **Herramienta 6:** El arte y la cultura en spots: ¿Qué hay para hacer?

Además de los espacios tradicionales que incluyen la información de agenda cultural de la universidad, la ciudad y la región, se propone establecer un ejercicio continuo, inmediato y permanente de difusión de la escena artística y cultural. Esta estrategia aprovechará una práctica institucionalizada en la que muchas emisoras utilizan el espacio entre programa y programa para incluir piezas sonoras de corta duración de diverso orden. En el caso que nos ocupa, esta serie de spots responderán a la pregunta que hace años posicionara Martha Isabel Hinojosa y un grupo de comunicadores en el Canal Regional Telepacífico: **¿Qué hay para hacer?** Las respuestas darán cuenta de distintas actividades relacionadas con la agenda cultural de la universidad o con el quehacer de colectivos culturales y sus procesos. Para la producción, se desarrollaría un cabezote estándar y un comando de

salida y se usarían las notas de voz de redes sociales como Whatsapp o Telegram que harían los artistas y responsables de los espacios culturales y en los que de forma sucinta contarían el evento y el horario y los teléfonos de contacto; luego, con una pequeña edición, se irían emitiendo de forma constante a lo largo y ancho de nuestra programación; se deberá diseñar un protocolo juicioso que permita que tengamos los tiempos de producción y emisión organizados y controlados.

## 4.3.6.

### **Dimensión 6:** Gestación cultural.

#### 4.3.6.1.

### **Herramienta 7:** Vinculación a los planes especiales de salvaguardia, PES.

En muchas de las regiones las comunidades han construido Planes Especiales de Salvaguardia, (PES)<sup>2</sup> en torno a sus manifestaciones culturales, ejemplo, la música vallenata tradicional, los gualíes y alabaos, los cantos de trabajo del llano, las músicas de marimba en el pacífico, la fiesta de San Pacho en Quibdó o el Paisajes Cultural Cafetero. La herramienta invita a que, de acuerdo a la situación de cada estación radial, se indague sobre la existencia de estos planes y se aporte, desde la dimensión comunicativa, a la protección de estas manifestaciones culturales. Igualmente, desde las emisoras universitarias también puede liderarse el proceso de declaratoria como patrimonio cultural de manifestaciones que aún no son consideradas dentro de estos planes de salvaguardia, y que se considere la necesidad de hacerlo. Hablamos de experiencias culturales como la música de las cantoras del Patía, las jugas y bundes del norte del Cauca, la tradición de las macetas en Cali, entre muchas otras manifestaciones.

#### 4.3.6.2.

### **Herramienta 8:** Participación en espacios de políticas culturales.

Los espacios de decisión sobre la cultura de una región deben ser vistos como una posibilidad y casi como una gran oportunidad de seguir incidiendo en el contexto cultural del territorio. La propuesta es que las emisoras universitarias se fortalezcan y se posicionen aún más como actores políticos que participan de aquellos espacios, tanto dentro de la universidad como de la región, y que son considerados como escenarios democráticos en donde se definen proyectos, planes y programas orientados a fortalecer la

cultura de las regiones. Hablamos de los consejos de cultura, consejos de medios ciudadanos, entre otros. Se trata entonces no solo de conocerlos e informar sobre ellos, sino también de convertirse en protagonistas de la construcción de políticas y programas que potencien el arte y la cultura en los territorios donde las radios hacen presencia.

### 4.3.7.

## Dimensión 7: Músicas.

### 4.3.7.1.

## Herramienta 8: Prisma musical local.

Inspirados en una estrategia de la Universidad de Nariño, presentamos esta estrategia interesante para difundir la producción local en pequeñas cápsulas biográfico-musicales, de corta duración (1 a 2 minutos), en los que se presentan constantemente una mini-hoja de vida de los artistas locales (universidad y ciudad). El número de piezas podrá concertarse a partir de un número significativo para la radio o la emisora (su frecuencia por ejemplo). Se trata de pequeños perfiles que cuentan brevemente la historia, la trayectoria de las agrupaciones y nos dejan escuchar algo de su música. Las piezas terminan con un recordatorio del ejercicio de apoyo a lo local por parte de la estación. Estas piezas se podrán programar constantemente en los breaks de la hora en punto y de la media hora.

### 4.3.7.2.

## Herramienta 9: Músicas tradicionales, patrimonio y distintas conexiones.

Esta herramienta se concentra en aportar al rescate del valor patrimonial de la música y los distintos elementos asociados a ella; factores diversos que se expresan en valores, memorias, territorios, saberes, actores, instrumentos, formas de interpretar, oficios alrededor de las músicas, mitos y rituales, etc. La propuesta apunta a buscar esas diferentes conexiones que tiene la música con la cultura y el territorio, y convertir el resultado de estas búsquedas, bien sea en piezas sonoras de corta duración o en producciones de mayor aliento que se ubiquen dentro de la parrilla de programación de nuestras emisoras universitarias. Hablamos de microrelatos, crónicas, perfiles, historias detrás

<sup>2</sup> Los Planes Especiales de Salvaguardia (PES) es un acuerdo social y administrativo construido como un instrumento de gestión del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación, mediante el cual se establecen acciones y lineamientos encaminados a garantizar la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Tomado de Min Cultura <https://mincultura.gov.co/areas/patrimonio/patrimonio-cultural-inmaterial/salvaguardia-integral-del-patrimonio-cultural-inmaterial/Paginas/default.aspx>

de las letras, anécdotas alrededor de composiciones, entre muchas otras posibilidades. Es también una posibilidad de integrar activamente en la producción radial a los investigadores, melómanos y conocedores de las distintas manifestaciones que se desarrollan en el territorio.

### 4.3.8.

## **Dimensión 8:** Diálogos culturales.

### 4.3.8.1.

## **Herramienta 10:** Laboratorios de radio colaborativa.

En torno a un tema común y cotidiano se invita a distintos actores a encontrarse, relatar, compartir y construir con los otros. Un ejemplo puede ser la serie de podcast Donde comen tres, comen cuatro, apoyada por el Ministerio de Cultura, y que se produjo a partir de un laboratorio de cocina en el que se convocó a afrocolombianos, indígenas y campesinos residentes en Medellín a hablar sobre sus cocinas tradicionales. A medida que cocinaban, hablaban del origen de los alimentos, de las recetas y del lugar en donde la aprendieron, de sus territorios. En el proceso todos se juntan, cocinan, crean relatos sobre sus cocinas y encuentran memorias comunes. Otro caso posible, podría ser con los colectivos de migrantes que ya se han establecido en algunos sectores y mientras le aportan al país con su trabajo, pueden reunirse a recordar su territorio, sus costumbres, sus dolores y a hacer visible todo el saber cultural que han traído consigo, pero también todas las nuevas cosas que han surgido desde las juntanzas binacionales. Estos procesos se desarrollarían a través de mesas de radio en vivo que permiten, por un lado, una conexión directa de los públicos transeúntes con la expresión cultural y con la emisora, y a su vez, harían posible la recopilación de estos relatos para su posterior conversión en productos tipo podcast.

### 4.3.9.

## **Dimensión 9:** Memorias.

### 4.3.9.1.

## **Herramienta 11:** Talleres de línea de tiempo.

Ejercicio de construcción colectiva para la construcción de una línea que recoja los hitos más importantes para la universidad y/o la región, y a partir de ese ejercicio elaborar una estrategia radiofónica que haga cubrimiento permanente y oportuno a estas fechas especiales. Se trata de un ejercicio de indagación que permita tener en el radar de la radio fechas importantes

que trasciendan el calendario tradicional de celebraciones y que se queda en fechas como el Día de la madre, día de los ahijados, etc. Este ejercicio permite generar lazos fuertes con los distintos públicos que se pueden ver incluidos en los diversos ejercicios de conmemoración. Algunos eventos se podrán trabajar a partir de campañas complejas, otros con programación especial y otros más, con eventos públicos.

Para efectos de la realización de estas líneas de tiempo, puede usarse herramientas libres como Padlet, o páginas especializadas como TimeLine.

### **4.3.9.2. Herramienta 12:** **“La memoria cuenta”, Serie radial.**

Este dispositivo narrativo y estético se nutre del relato acerca de momentos y eventos que constituyan la memoria cultural y colectiva de la comunidad universitaria y externa. A partir de eventos identificados en los talleres de cartografía sonora y línea de tiempo, se puede obtener una serie de hitos culturales: grandes tragedias, la inauguración del primer puente elevado, la apertura de un novedoso sistema de transporte para la época, la implosión de una edificación emblemática, los estragos de un sismo, entre muchas otras cosas. Es un formato de corta duración desarrollado a partir de la narración de una persona y sonorizado de forma creativa y austera. Importante en los créditos finales, la ubicación temporal y geográfica con exactitud. Igualmente podrá emitirse en la programación normal o ubicarse en la web de la emisora a través de una plataforma tipo Timeline.

## **4.3.10.**

### **Dimensión 10:** **Patrimonio cultural.**

#### **4.3.10.1. Herramienta 13:** **Mapeos culturales.**

Ejercicio de construcción colectiva que permita identificar información diversa relacionada con distintos ámbitos de la cultura del entorno de la emisora. Los mapas culturales o mapas parlantes tienen la particularidad de poder armarse de forma modular y responder al número de preguntas que se le hagan, esto desde las capas que se establezcan. Por ejemplo, se puede establecer una capa para ubicar en la región a los sabedores gastronómicos; una capa donde se ubiquen los sitios claves para el turismo local sobre los que se puedan desarrollar piezas sonoras de corte documental; otra capa que ubique organizaciones sociales que puedan apoyar la producción de programas especializados sobre sus rangos de acción; entre muchas otras temáticas.

La clave de estos mapas es recolectar, desde múltiples voces, información clave y suficiente para ampliar el conocimiento que la radio tenga sobre el entorno.

Una aplicación que puede servir para la materialización de estos mapas es Story Maps, y se encuentra también en el sitio oficial del Knightlab.

### **4.3.10.2. Herramienta 14: Radio Ambulante Festiva.**

Derivado del ejercicio del TimeLine, se podrán identificar las distintas fiestas patronales y barriales y todos aquellos eventos festivos y trascendentales de la región. Con esta información se puede crear una especie de radio ambulante que visita y cubre estos eventos claves para las distintas poblaciones apostadas en el territorio en el que está nuestra radio. Dependiendo de los recursos de la estación, este cubrimiento puede tener mayor o menor despliegue. Desde transmisiones en vivo de gran envergadura, hasta pequeñas cápsulas sonoras; pero ante todo, lo importante es garantizar la presencia de la radio en estos eventos centrales para la cultura local como elemento para fortalecer la relación de la radio con sus públicos.

### **4.3.10.3. Herramienta 15: Patrimonio cultural sonoro, serie de sonominutos.**

Esta sería una variante de las postales sonoras y saldría como producto de los talleres de línea de tiempo y cartografía social. En estos espacios surgiría la identificación de aquellos espacios y aquellas prácticas que pueden ser consideradas como patrimonio cultural de la región. Edificaciones legendarias, monumentos que poca gente conoce en su origen y significado, un juego infantil tradicional en desuso, una tradición propia del territorio, entre otras historias. Estas pueden contarse de manera breve para despertar el interés de las audiencias en el fenómeno y encapsularse en micro-programas que luego pueden dar pie a espacios de mayor duración, como un interesante producto de valoración del patrimonio.

**4.3.11.****Dimensión 11:**  
Identidad cultural.**4.3.11.1.****Herramienta 16:**  
Creación de bancos sonoros (oralotecas).

Se trata de la creación de un dispositivo de etnografía sonora en el que se consignan sonidos relativos a la cultura de la región y que van siendo recogidos directamente pensando en la oraloteca o como parte del proceso de realización de los contenidos generales que componen la programación. Estas oralotecas pueden distribuir sus contenidos por categorías: huellas sonoras, registro de prácticas culturales, paisajes sonoros, relatos de sabedores, mitos urbanos, entre muchas otras opciones. Esta Oraloteca deberá estar ligada a un constante trabajo de administración y nutrición de recursos sonoros. Podrá nutrir a futuro, con sonidos locales particulares, a otras producciones y generar desde este ejercicio de memoria, la creación de espacios propios autónomos.

**4.3.11.2.****Herramienta 17:**  
Postales sonoras.

Creación de piezas sonoras, en clave de paisaje sonoro, que recorran y recuperan la geografía acústica de la universidad y de la región en la que se ubica la emisora. Estas postales se producen a partir de los resultados del ejercicio de cartografía sonora que identifica los lugares significativos que podrán ser registrados e integrados a estas postales. Estas piezas de corta duración pueden sonar a lo largo de la programación de la emisora o integrarse en la página web a través de un mapa digital sensitivo. Clave que el ejercicio se realice con los sonidos diegéticos del espacio<sup>3</sup> y que al final se georeferencie con exactitud con una voz institucional.

**4.3.12.****Dimensión 12:**  
Públicos.**4.3.12.1.****Herramienta 18:**  
Mesas de radio en vivo.

Las transmisiones remotas no son nada nuevo. Se han hecho durante toda la historia de la radio. Sin embargo, la modalidad de radio al aire libre es mucho más reciente.

<sup>3</sup>Entendidos como los sonidos propios del lugar, que son captados in situ y que no obedecen a efectos sonoros adicionados en la sala de montaje.

Una radio sin paredes y que no necesariamente se hace desde una unidad móvil. Una radio que arma su toldo en los distintos espacios de la universidad o de la ciudad. Que hace la radio a la vista de todos y que involucra a esos todos no solo como oyentes, sino también como radio-participantes. Un radio ambulante que suena desde las calles y esquinas, desde el interior de las organizaciones de base, desde los colegios, desde los centros comunitarios y que hace radio sin la asepsia acústica de la cabina, al contrario, se nutre con la textura sonora de las tonalidades de la ciudad. Una radio que transmite el evento comunitario, el encuentro deportivo universitario, la inauguración de la biblioteca municipal, que se apuesta en las calles para transmitir las marchas de primera mano, que celebra las audiciones de los melómanos desde los parques y plazas. Una radio que interpela a la gente, que la invita a contar, a expresarse.

### **4.3.12.2. Herramienta 19:** **Semilleros de producción - procesos constantes de formación para públicos no especializados**

Algunas emisoras han diseñado un programa de formación en producción radiofónica pensado para públicos no especializados, es decir, para aquellos que no son comunicadores o radialistas con experiencia, con el que intentan facilitar el acceso de colectivos y personas de distintas disciplinas y ámbitos interesados en hacer radio. Esta estrategia, además, contribuye a la conservación de la calidad estética y narrativa de la programación. Estos talleres hacen énfasis en tres aspectos principalmente: los elementos clave del lenguaje radiofónico (componentes sonoros, guion, géneros y formatos, etc.), manejo de la voz (narración y locución), y en investigación para la producción radial. Pueden dictarse en varios momentos fijos del año (inicio de semestre) o pueden tener una versión para dictarse por la contingencia del ingreso de una nueva experiencia de producción.

### **4.3.12.3. Herramienta 20:** **Plataformas de interacción inmediata**

La virtualidad en la educación trajo consigo la necesidad de explorar muchas herramientas para apoyar los procesos de formación. En este escenario han surgido plataformas tipo [www.mentimeter.com](http://www.mentimeter.com) que han dado una mano para facilitar la participación activa de los estudiantes. Buscando sostener el vaso comunicante con la audiencia, pero también abriendo la posibilidad de medir, relativamente, la cantidad de oyentes en un momento específico, se propone, aprovechando nuestra emisión online o basados en la posibilidad de conexión inmediata de nuestra audiencia, la inclusión de las

distintas herramientas de este portal para dinamizar la participación activa del oyente. Hablamos de usar herramientas como la votación por un tema específico: “¿Debe la ciudad entrar en una nueva cuarentena a principios del próximo año?, vote sí o no”; o las nubes de palabras para detonar reflexión sobre un tema coyuntural: “incluya en la nube cinco palabras con las que pueda definir el gobierno municipal actual”; o el tablero de notas para que la gente, a partir de un enunciado o pregunta, emita sus opiniones que serán retomadas y analizadas por los equipos de producción que estén al aire: “cuéntenos en una frase, cuál es su ciudad soñada para el 2021”. Son muchas opciones que pueden combinarse y distribuirse en los distintos espacios de producción propia.

### 4.3.13.

## **Dimensión 13:** Participación de la comunidad Universitaria.

### 4.3.13.1.

## **Herramienta 21:** Matriz de involucrados.

Esta herramienta puede sonar un poco obvia. Se trata de generar un repositorio unificado de actores sociales que puedan apoyar los ejercicios de investigación, intervención, gestación cultural o producción de contenidos. Se trata de, como su nombre lo indica, una matriz que relaciona a todo aquel o aquella que pueda ser involucrado en las distintas líneas de acción de la emisora. Posibles fuentes informativas de acuerdo a su rol, a la pertenencia a cierta institución; posibles aliados en capacidad de suplir recursos técnicos, logísticos y hasta financieros; autoridades locales, municipales y gubernamentales; líderes sociales y comunitarios; expertos en ciencias y artes por fuera de la universidad; entre muchos otros. Un reservorio que deberá nutrirse constantemente y al que tendrán acceso todas las instancias ligadas a la emisora.

### 4.3.13.2.

## **Herramienta 22:** Vox Pop creativo - radio colectiva.

Con los avances de la mensajería instantánea tipo Whatsapp o Telegram, muchas emisoras están usando e integrando la participación de los oyentes de viva voz. A veces para enviar saludos, responder a concursos o participar en pequeños procesos de votación. Eso está bien. Acá proponemos aprovechar ese recurso en la producción de pequeñas piezas muy creativas que surjan de preguntas detonantes pensadas en torno a un fenómeno cultural, social, político, de formación ciudadana o de cualquier aspecto de interés. Con las múltiples respuestas dejadas por los oyentes se construye un ejercicio narrativo que discute, complementa y expresa los imaginarios

de la gente. Esto deberá estar articulado por un proceso muy creativo de montaje, pues no se trata solo de yuxtaponer las voces. Es un producto sencillo, potente y muy económico.

#### 4.3.14.

### **Dimensión 14:** Participación de la comunidad externa.

#### 4.3.14.1.

### **Herramienta 23:** Protocolos de ingreso para proyectos radiofónicos.

Muchas lo vienen haciendo desde tiempo atrás. Otras lo hacen de forma intuitiva. Otras lo resuelven a partir de cada experiencia presentada. La invitación es a sistematizar o iniciar la construcción de un protocolo común y socializado que determine esos mínimos estéticos y narrativos, pero que también establezca unos mínimos clave alineados con el proyecto comunicativo de la estación, y que todo colectivo o persona que quiera pertenecer o tener un espacio en la radio, deberá conocer para poder diseñar su apuesta dentro de las posibilidades que el protocolo plantea. Un documento que además blinde al equipo de programación de la emisora para que sus decisiones no se vean afectadas por intereses externos o por tópicos tendencia. Un protocolo que contenga los elementos mínimos de un proyecto escrito, que exija unos antecedentes de autoridad frente al tema que se propone tratar, que garantice suficiente producción en potencia para pensarse en el tiempo, y que pida una muestra sonora que permita determinar qué tan alineada está la propuesta con el fondo y la forma del discurso general de la radio universitaria.

#### 4.3.15.

### **Dimensión 15:** Construcción de audiencias.

#### 4.3.15.1.

### **Herramienta 24:** Sondeos permanentes a la audiencia - formularios google

Anteriormente, realizar una encuesta con los públicos o incluso un sondeo de opinión podía ser una tarea compleja de planificar o incluso costosa. Con los foros de redes sociales se ha fortalecido el ejercicio de participación de la audiencia, lo que ha ido avivando la necesidad de expresión de las audiencias. Sin embargo, a veces estos foros pueden ser un poco efímeros

o resultado de coyunturas muy en caliente. Esta herramienta invita a seguir aprovechando estos canales, pero también a pensar la realización periódica de sondeos un poco más estructurados a través de plataformas como los formularios de google, en los que se podría estar en contacto constante con la opinión de las audiencias sobre ciertos elementos como la pertinencia de un espacio, la conveniencia de sostener o no una franja horaria o la indagación sobre ausencias temáticas en la programación que podrían ser suplidas.

### **4.3.15.2. Herramienta 25: Debates de audiencias.**

Este dispositivo que nos lo presentara en su momento la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica-ALER, a través de sus Cuadernos de Investigación, indaga por el sentido y el lugar que ocupa la radio en la vida cotidiana de sus oyentes a través de conversaciones que cuentan con participación activa, sensible y comprometida de las personas que conforman las audiencias. Esta participación se impulsa a partir de encuentros que, a través de estímulos o detonantes o disparadores o preguntas generadoras, conversan alrededor de su relación con la radio y su experiencia como oyentes, produciendo información importante para revisar, fortalecer, enriquecer y repensar la programación y la propuesta social y comunicativa general de la radio. Estos debates pueden desarrollarse para obtener información general de los modos como la gente se relaciona con la radio, o pueden establecer un tema puntual frente a un programa, una franja o una tendencia que la emisora ha tomado o quiere abordar. Igual que con otras metodologías participativas, los debates de audiencia exigen unos pasos clave para su realización. 1) identificar los públicos con los que se quiere adelantar el debate, garantizando su ejercicio como oyentes de la emisora; 2) determinar y delimitar muy bien el tema del que se quiere conversar con la gente; 3) construir el instrumento que guiará la conversa, pensando los puntos de discusión y tratando de anticipar las posibles variantes en la conversa; 4) preparar la logística para el encuentro, de tal manera que se facilite la participación cómoda y tranquila de la gente; 5) adelantar los debates que deberán grabarse en sonido con el permiso de los participantes, para el posterior análisis y la posibilidad del desarrollo de piezas sonoras que reflejan estos modos de percepción y relación de las audiencias con la emisora; 6) analizar la información obtenida; 7) y desarrollar planes de acción y/o mejoramiento a partir de lo encontrado.

### **4.3.15.3. Herramienta 26: El Club de Oyentes.**

Es una estrategia orientada a tejer comunidad con los oyentes. Busca conocer, acercarse y reconocer a los hombres y mujeres que están detrás

del dial a través de acciones como la carnetización, la organización de actividades con la participación activa de la audiencia, la mención de la gente en algunos programas, su participación en clave de corresponsales culturales comunitarios que cubren determinada información social y cultural, etc. Estos clubes implican el desarrollo de mapeos, sistematización de información, procesos de formación básicos en producción sonora o en el manejo de ciertas plataformas de comunicación, entre otras cosas que faciliten su ejercicio y que puedan pasar de ser oyentes a prosumidores, o a lo que en Argentina y en algunas radios universitarias y comunitarias en Colombia se ha denominado como radio-participantes.

## 4.3.16.

### **Dimensión 16:** Diversidad de pensamientos.

#### 4.3.16.1.

### **Herramienta 27:** Vademecum universitario.

Aunque normalmente se relaciona el vademecum con el campo de la medicina, en términos genéricos, este término designa a un documento que contiene la información fundamental para el desarrollo de un saber científico. Por eso hemos denominado así esta estrategia, igual puede ajustarse su nombre en casos particulares, para designar la construcción de una agenda de especialistas de la universidad que puedan apoyar la realización de contenidos desde sus áreas específicas. Es un ejercicio que siempre se ha hecho, sin embargo acá se busca que se construya, administre y socialice de forma permanente este dispositivo que recoge los datos personales y de ejercicio profesional de docentes e investigadores que puedan, o bien apoyar un programa, o dar pie para la realización de espacios sobre el centro de su saber especializado.

## 4.3.17.

### **Dimensión 17:** Diversidad de contenidos.

#### 4.3.17.1.

### **Herramienta 28:** Rostros sonoros, perfiles identitarios.

Otro producto sonoro que puede surgir de los mapeos culturales tiene que ver con la identificación de los distintos actores sociales que habitan en el territorio y que desde su rol desde la academia, la cultura, el trabajo comunitario, el arte, lo social o desde el lugar en el que expresa, afirma y defiende su identidad, puedan dar lugar a la generación de piezas sonoras

tipo perfil, que permitan mostrar la sonoridad de la diversidad presente en los contextos. Piezas de corta duración con una importante mezcla entre el relato y la etnografía sonora que desde el personaje perfilado puedan dar cuenta tanto del individuo, como del grupo social que integra o representa.

### **4.3.17.2. Herramienta 29:** **Aventuras por la radio infantil.**

La audiencia infantil es una de las tareas pendientes para las radio universitarias en Colombia. Son pocas las experiencias que en este sentido podemos encontrar en el panorama actual. Esto nos invita a pensar en estrategias, formatos y acciones puntuales para incluir a esta importante población dentro del radar de producción y generación de nuestros contenidos. No hay una apuesta en concreto, es más un llamado que las radios hacen a sí mismas y al grueso de estaciones, para generar espacios de trabajo con niños y producir radio para ellos y con ellos. Algunas experiencias plantean la generación de ficciones sonoras que funcionen como espacios de promoción de lectura; otras hablan de generar espacios de conversa desde los formatos dialógicos y los Vox Pop Creativos, para indagar en los imaginarios de los niños y niñas y tratar de incluir sus visiones en los modos como narramos las regiones; otros más hablan de la generación de redes de corresponsales en instituciones educativas de secundaria y primaria; y unos más, en alianzas con emisoras escolares, hablan de establecer procesos de práctica y de coproducción. El panorama es amplio.

### **4.3.17.3. Herramienta 30:** **Ficciones sonoras en casa.**

Otro de los legados de esta dura época de pandemia consiste en la posibilidad de desarrollar radio con herramientas tecnológicas que hasta hoy no eran consideradas para ello. Las plataformas de videoconferencia que se han hiper-usado en el trabajo y en la educación han despertado la creatividad de podcasteros y teatreros y hoy están desarrollando producciones sonoras, especialmente de ficción, con muy pocos recursos y gran dosis de creatividad en la postproducción. Se trata de todo un universo de nuevas prácticas que han surgido por efectos del confinamiento y de las restricciones de movilidad. Las nuevas formas de trabajar, de compartir con amigos, de amar, de enseñar, de generar atención médica, de romper relaciones, de confesar verdades o de amenazar la integridad del otro. Infinidad de situaciones que componen la llamada “nueva normalidad”, que podrían convertirse en piezas sonoras dramáticas que no solo dan cuenta de estas acciones, si no que además se convierten en un documento de memoria histórica que retrate, desde cada región, el momento que nos tocó vivir.

## 4.3.17.4. **Herramienta 31:** Laboratorios de experimentación sonora.

Algunas estaciones radiales, como la Onda UAO, de la Universidad Autónoma de Occidente en Cali, están avanzando en la conformación de laboratorios de producción sonora, entendidos como esos espacios en los que se arriesga y se apuesta por la experimentación en nuevas estéticas y narrativas. Esta herramienta invita a avanzar en ese sentido. Bien sea por la experiencia caleña que va adoptar de manera total la estructura de laboratorio, por encima de la de emisora, o por la creación de un área de experimentación sonora ligada a la academia (en el caso de las universidades que tienen carreras afines a la expresión sonora), o bajo la figura de alianzas con colectivos de experimentación sonora de la región. Una vía alterna, sea que se llegue o no a la figura institucional del Radiolab, es empezar a incursionar en el desarrollo de piezas experimentales. Ya hemos planteado algunas en esta bolsa como los paisajes sonoros, las postales, el vox pop creativo; sin embargo la lista de posibilidades es inmensa: sonogénias<sup>4</sup>, sinestesias<sup>5</sup>, ruletas sonoras<sup>6</sup>, collage narrativos<sup>7</sup>, holofonías<sup>8</sup>, entre otros muchos.

## 4.3.18.

### **Dimensión 18:** Diversidad de plataformas.

#### 4.3.18.1.

### **Herramienta 32:** Ecosistema sonoro digital.

Si bien de una u otra forma, las estaciones radiales universitarias hacen uso del internet para varias funciones, el llamado de esta herramienta es a consolidar mucho más el trabajo a través de estas pantallas y redes

<sup>4</sup> Una propuesta de investigación -creación de la investigadora Luz Eneyda Ramírez, que se puede entender como la co-realización de piezas sonoras, desde lo oral y lo sensorial-sonoro, que abordan "dolores" producidos en el marco de conflictos armados u otras manifestaciones de las violencias sociales.

<sup>5</sup> Piezas creativas que intentan desarrollar desde el sonido, sin la palabra, sensaciones ligadas a otros sentidos. Por ejemplo, intentar traducir en sonido la dicha, el dolor, el color azul, el desarraigo que produce la migración, etc.

<sup>6</sup> Piezas sonoras construidas a través de mensajes de voz de Whatsapp o Telegram, en la que dos o más realizadores cubren un proceso o hablan de un tema intercambiando posturas y registros y luego consolidan el producto del diálogo en una edición creativa.

<sup>7</sup> Piezas de ficción sonora construidas a partir de varios diálogos autónomos, ubicados en un mismo espacio. Por ejemplo, charlas en una estación de bus; diálogos en una marcha por la paz, conversaciones en un viaje en bus urbano. A partir de estas conversaciones separadas, se da cuenta de una sola pieza de ficción que cuenta de manera sucesiva o en simultáneas las micro-historias dialogadas.

<sup>8</sup> Registro de espacios claves de la comunidad o procesos culturales, conservando la perspectiva espacial para generar la sensación de inmersión del oyente en los trozos de territorio que se quieren mostrar. Puede realizarse una suerte de mapa sensitivo sonoro que se publique en la web de la emisora y vaya recogiendo estos espacios, que para su escucha se recomendará la utilización de audífonos.

sociales. Es claro que algunas estaciones tienen la retransmisión de su señal a través de la página de la emisora y/o de la universidad, unas más usan whatsapp como mecanismo de comunicación inmediata, otras poseen una fan page en Facebook o una landing page para promocionar la emisora, y algunas, un poco más avanzadas, están incursionando en la producción de historias en Instagram. El llamado es a seguir incursionando en este mundo, pero intentar generar una sinergia entre estas múltiples pantallas de tal manera que funcionen como un ecosistema digital, transmedia más que multimedia<sup>9</sup>, en la que cada canal tenga su función y se complemente con el resto. Algunos tendrán el peso de la emisión, otros de comunicación directa, otros de promoción e información, otros para un tipo de producciones más reposadas y otros más para impulsar proyectos más cercanos a la intervención social.

### **4.3.18.2. Herramienta 33:** **El podcasting como alternativa sonora.**

El podcast es el presente y futuro de la radio, es una verdad a gritos. Una ventaja es que es un medio que está por inventarse y definirse, es decir, no hay una única forma de asumirlo, entenderlo y producirlo. Lo importante en este apartado es invitar a que sigamos apropiándonos de sus ventajas y posibilidades expresivas. Hoy, algunas emisoras lo han entendido como un repositorio para la digitalización de sus espacios radiales de emisión tradicional y así garantizar la escucha asincrónica de los mismos; eso es válido. Otros han asumido la producción de versiones especiales de sus programas con libertad de tiempo y horario; igualmente válido. Otras más, están desarrollando producción y programación autónoma a la que radian por las ondas hertzianas; mucho mejor. El podcast es plataforma y lenguaje; es la posibilidad de ampliar la cobertura narrativa, estética y de audiencia. Es la oportunidad de arriesgar con nuevas apuestas investigativas y creativas; un mundo en el que los límites los pone la propia emisora.

<sup>9</sup> Entendemos lo transmedia como aquellos productos que son contados de manera fragmentada en distintos medios o plataformas, y en cada una de estas da cuenta de uno de esos fragmentos o fases; es decir, es necesario recorrer las distintas plataformas para poder conocer el producto en su totalidad (por ejemplo, un producto conformado por una serie de entrevistas sonoras con los fundadores de la experiencia, un reportaje fotográfico sobre los espacios en los que se da el festival, una crónica escrita sobre la historia del proceso y un documental audiovisual que muestra el festival en su esencia). A diferencia del multimedia, entendido como un producto que es contado en su totalidad en cada una de las plataformas o lenguajes que se usen, de tal manera que el público podrá escoger una de ellas para verlo en su totalidad, no obstante se presenten diferencias propias de lenguaje en cada plataforma (El señor de los Anillos es contado como libro y también como audiovisual, por ejemplo).

### 4.3.18.3. **Herramienta 34:** **Laboratorios en clave digital.**

Replicando la experiencia que desde el Ministerio de Cultura se ha hecho con el Festival Petronio Álvarez en Cali, se propone poner en práctica una metodología de formación/producción orientada a la convocatoria, formación colaborativa y creación de piezas en distintos lenguajes digitales en torno a un aspecto de la cultura de la región. El espacio arranca con la convocatoria a creadores culturales, tanto al interior como al exterior de la universidad, para desarrollar con ellos una etapa de sensibilización en torno a la necesidad de contar de múltiples y diversas maneras la expresión cultural que se haya escogido (un festival, un encuentro, una tradición, una manifestación cultural específica y /o emergente, etc.); luego, con acompañamiento de la emisora, se desarrolla una fase de planeación narrativa; seguida de la fase de producción asistida, el montaje de piezas digitales transmedia, centradas desde el lenguaje sonoro, y termina con la presentación de los trabajos ante la comunidad, principalmente desde la página web de la estación o de la universidad, y desde la propia programación de la estación.

## 4.4 **MÓDULO 4:** **LA HOJA DE RUTA**

La última estación de la Caja es la que nos invita a planear el camino a seguir. Una vez hemos aterrizado lo conceptual, evaluado el hacer y revisado las herramientas posibles a implementar, es tiempo de organizar acciones que nos lleven a consolidar el proyecto desde el potenciar lo bueno que venimos haciendo y el transformar aquello que aún no está del todo bien. Lo que presentamos acá es uno de los tantos modelos posibles para diseñar una hoja de ruta o plan de mejoramiento que encamine a la emisora a seguir pensando y construyendo una programación cercana a sus públicos, alineada con el contexto y en la que todo y todos quepan. Es decir, lo importante de esta caja es la invitación a desarrollar ese ejercicio constante de pensar, diseñar, hacer y evaluar que comporta todo ejercicio de planeación. La herramienta que presentamos es una de tantas. En esa medida, puede ser revisada, ajustada, complementada o remplazada por otro instrumento que usemos en nuestra experiencia particular.

## 4.4.1. La mecánica propuesta

El ejercicio propone una secuencia de acciones que podrá ser más o menos intensa dependiendo de la condición que el dispositivo de autoevaluación arroje en cada situación. Igualmente, sugiere que se el trabajo se aborde como equipo, no solo desde los hombres y mujeres que integran la emisora tanto desde lo administrativo como desde lo artístico, sino también que involucre a las instancias administrativas de la Universidad y a las distintas unidades académicas y administrativas. Es decir, en lo posible, que se convierta en un ejercicio multidisciplinar, algo que ya muchas estaciones hacen, en el que la comunidad educativa se funda con el equipo de la emisora en función del diseño del plan.

Una vez identificados los niveles de aplicación de las distintas dimensiones evaluadas, habrá que considerar acciones de respuesta para sostener o mejorar estos niveles. Estas acciones podrán ser abordadas como estrategias particulares que sumen para una gran estrategia general. La evaluación nos dirá que dimensiones priorizar, en cuáles las acciones serán de fortalecimiento y en cuales las acciones serán de transformación. Igualmente nos propondrá pensar en función de los recursos humanos y de otra índole que se requieran, además de una apuesta en el tiempo, determinado por los niveles de complejidad de lo hallado, y la identificación de una situación ideal o soñada, que se materializará en las metas propuestas.

El esquema del instrumento que proponemos está pensado respondiendo al esquema de la autoevaluación, es decir, propone un ejercicio de reacción directa frente a las cuatro categorías identificadas y frente a las 18 dimensiones que las componen, generando para cada categoría una línea de acción de la gran estrategia, y para cada dimensión una estrategia puntual. Sin embargo, también abre la posibilidad de que se piensen otras categorías y otras dimensiones, para lo cual se abrirían líneas adicionales. Veamos el esquema propuesto.

### 4.4.1.1. Las líneas de acción

Cada pestaña es una línea de acción que estará conformada por las estrategias particulares que responden a cada dimensión. Las pestañas responden de forma cromática a la estructura ya establecida desde el proyecto: verde para lo general, amarillo para la cultura, azul para la participación, naranja para la diversidad, y se incluye una pestaña roja para la categoría adicional que pueda surgir.

### 4.4.1.2. Las dimensiones

Corresponde a cada uno de los items que componen una categoría. Están pensados desde la apuesta de autoevaluación; por ello, lo general maneja 4 dimensiones, la cultura tiene 8, la participación y la diversidad poseen cada una tres dimensiones y en la línea adicional, se deja abierto a la necesidad particular. Por ser una tabla dinámica, nos permite sumar nuevas dimensiones a cualquier categoría o suprimir aquellas en las que se considera que no es necesario trabajar.

### 4.4.1.3. Las estrategias

Se sugiere que cada ejercicio de mejoramiento sobre una dimensión sea pensando y nombrado en función de una apuesta de movilización particular para los públicos a los que se dirija. Hablamos acá de una suerte de implementación de campañas o planes concretos de acción con nombres que los identifiquen y faciliten su apropiación. Por ejemplo, en la línea de acción Cultura, en la dimensión 9 de memoria, podríamos establecer una estrategia para recuperar el saber de los mayores y que se llame “la memoria cuenta”; una acción que puede concretarse en espacios radiales o en mesas de radio en vivo o en la producción de spots o mini-cápsulas que inviten a fortalecer la valoración por la memoria de la región o de la universidad.

### 4.4.1.4. Los objetivos

En esta columna se expresa de manera concreta el sentido de lo que se quiere lograr con la estrategia. Si la anterior columna es más de corte promocional para el ejercicio, esta viene siendo el aterrizaje de la iniciativa. Puede expresarse como objetivo, es decir, con un verbo en infinitivo inicial (recuperar los saberes de los profesores jubilados que estuvieron ligados a la Facultad de Educación), o puede expresarse en clave de logro alcanzado (se han recuperado los saberes de los profesores jubilados que pertenecieron a la Facultad de Educación).

### 4.4.1.5. Las metas

Es la verbalización de la cantidad concreta de productos o acciones a desarrollar en el marco de la estrategia. Requiere de un esfuerzo adicional en los casos en los que las estrategias no son tan fácilmente medibles. Puede hablar de cantidades concretas o de porcentajes. En nuestro caso ejemplo, podríamos hablar de metas en clave de: Serie radial compuesta por 30 mini-programas sobre memoria gastronómica de la región; aumento en el 20% de espacios que incluyen la voz y los aportes de los profesores jubilados.

#### **4.4.1.6. Actividades**

En esta columna se determinan las acciones que al interior de la estrategia deberán adelantarse para alcanzar el objetivo y las metas propuestas. La plantilla posee espacio para tres actividades, pero el número de acciones necesarias lo determinará la naturaleza de lo propuesto (podrán eliminar o adicionar filas).

#### **4.4.1.7. Indicadores de logro**

Se trata de establecer una fórmula que permita al equipo plantear un punto de eficiencia para la estrategia. Son estas variables que revelan elementos que determinan si un resultado ha sido alcanzado. Normalmente, su redacción se establece en relación a las metas propuestas más que con los objetivos.

#### **4.4.1.8. Fuentes de verificación**

Se trata de establecer una fórmula que permita al equipo plantear un punto de eficiencia para la estrategia. Son estas variables que revelan elementos que determinan si un resultado ha sido alcanzado. Normalmente, su redacción se establece en relación a las metas propuestas más que con los objetivos.

#### **4.4.1.9. Responsables al interior de la emisora**

Se determina los miembros del equipo de la emisora que estarán a cargo de la estrategia. Esto incluye creativos, técnicos, talentos y administrativos, pero también al equipo de productores colaboradores de la emisora, que en algún momento podrían asumir la responsabilidad total o parcial de alguna estrategia.

#### **4.4.1.10. Matriz de involucrados**

Acá se incluye a la gente que por fuera del equipo directo o de colaboradores puede entrar a apoyar una estrategia. Se incluyen tres tipos específicos, pero podrán ampliarse si la situación lo amerita. Hablamos de lo institucional para funcionarios de la universidad, académico si se trata del soporte de docentes e investigadores, y comunitarios para hombres y mujeres de organizaciones de base o empresas privadas o que actúen a título personal y estén por fuera de la universidad.

### **4.4.1.11. Recursos**

Este apartado, dividido en tres columnas indaga por los insumos con los que deberá contar cada estrategia. Algunos de tipo técnico como cámaras, micrófonos, software de edición, grabadores, etc.; otros de tipo logístico en cuanto a estudios de grabación, espacios para eventos y talleres, transporte, etc.; y los financieros, cuando se tenga estimado el recurso monetario erogable que se requiera para una actividad.

### **4.4.1.12. Cronograma**

Para cerrar el instrumento, se propone un cronograma en el que se marquen los tiempos necesarios para la realización de cada actividad y cada estrategia. Inicialmente se plantea un esquema a doce meses, pero podrá adaptarse a otra unidad de medida como semanas o días, dependiendo de la magnitud de la estrategia.

## **4.4.2. Manos a la ruta**

En el siguiente link podrá descargar la plantilla dinámica con el modelo de hoja de ruta propuesto por el proyecto. Descargue y diligencie las veces que el proceso de su radio lo haga necesario.

**[Plantilla Hoja de Ruta TODAS LAS VOCES](#)**

# 5.

**TODAS LAS  
VOCES TODAS...  
A MANERA  
DE CIERRE:**





Finalizamos este proceso que buscaba escuchar las diferentes experiencias de las emisoras universitarias que accedieron a participar de este proyecto. Finalizamos un enriquecedor proceso de encuentro, de escucha, de conocer las maneras de hacer de **16 EMISORAS UNIVERSITARIAS**, con las que realizamos un tejido que hoy se ve materializado en la esta **CAJA DE HERRAMIENTAS**. Concluimos un proceso que, por demás, fue muy enriquecedor para el equipo de trabajo que lo lideró.

Agradecemos a todas las personas que participaron por sus aportes, porque sacaron un espacio en medio de sus apretadas agendas para participar en las diferentes etapas del proyecto, porque virtualmente abrieron las puertas de sus emisoras y nos permitieron conocer sus experiencias, acercarnos a ellas, indagarlas. Por toda su generosidad, infinitas gracias.

Esperamos que esta caja de herramientas se convierta en un elemento fundamental para seguir pensándose su programación, así como la producción de sus contenidos. También les invitamos a alimentarla, a interpelarla, a adaptarla pues se trata de un proceso dinámico que nos convoca a mantenernos alerta, observando las realidades que nos circundan, identificando sus transformaciones, sus actores...sus voces. En ese sentido esperamos que los diferentes recursos aquí consignados sean apropiados y adaptados a sus contextos, pues de ninguna manera son recursos estáticos: son propuestas que ustedes pueden seguir enriqueciendo a partir de sus experiencias.



Caja de herramientas para la construcción de parrillas culturales, diversas y participativas

Es gratificante por demás, ver que hay personas tan comprometidas con la radio universitaria en todas las regiones del país, sacando adelante sus proyectos comunicativos para el bien de sus universidades y de sus territorios, a pesar las dificultades que muchas emisoras llevan sorteando por años. Es esperanzador ver que hay apuestas tan interesantes por la participación, la diversidad y por lo cultural desde la radio universitaria, esperamos que esta caja de herramientas llegue a enriquecer esos procesos que, en algunos casos, nacieron hace décadas pero que, en otros, apenas están empezando.

No nos queda sino animarlos a seguir pensando esto de la diversidad, de la participación y de la cultura en nuestros ejercicios de programación, como una estrategia de construcción de un país más democrático, más incluyente, más respetuoso de la diversidad y más orgulloso de las múltiples culturas que lo habitan.

También es una invitación a seguir alimentando este concepto de **“TODAS LAS VOCES”**, a seguir apostándole a este acto político de abrir micrófonos a las diferentes perspectivas de vida, a las diferentes poblaciones, lenguas y acentos. A continuar trabajando por hacer de las emisoras universitarias un puente entre la academia y la sociedad, sus actores y sus procesos. Este proyecto ratificó, aún más, su importancia, su pertinencia y su oportunidad en nuestra sociedad.

**¡LARGA VIDA A LAS EMISORAS UNIVERSITARIAS!** Que se sigan escuchando Todas las voces y que con ellas se siga liberando esperanza.

# 6.

## REFERENCIAS

APARICI, R., & Osuna Acedo, S. (2013). La cultura de la participación. Revista Mediterránea de comunicación, 137 - 148.

ARNEDO, B. (2009) Las radios universitarias en Colombia. Tesis de Maestría. Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia.

BESALÚ COSTA, X. (2002) Diversidad cultural y educación. Madrid: Síntesis.

CAICEDO, Jorge (2016) Construyendo Paz desde la Cultura - módulo de contenidos culturales. Ministerio de Cultura.

CASTELLANOS, Vicente. (2014) Panorama de la radio universitaria en el cuadrante Metropolitano de la Ciudad de México (Ponencia) En: I Encuentro Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe. México, México. <http://rrulac.org/category/publicaciones/>

CASTILLO RIVERA, Elena. (2012) Disección Sonora. Análisis de documentos fonográficos del Archivo Sonoro de la Red de Radio Universidad de Guadalajara. En: Cuadernos de documentación Multimedia. ISSN: 1575-9733. Vol. 23 P. 53-59

DÍAZ, Ana; CAICEDO, Jorge; TORRES, Alfonso; GONZÁLEZ, Yeiffer. (2019) Así suena Univalle Estéreo: una mirada a su Parrilla de programación. En: Nexus Comunicación · N° 26 · Julio - diciembre de 2019 · ISSN 2539-4355. Universidad del Valle, Cali, Colombia.

FAJARDO ROJAS Miguel; TOLOZA SUARES, Beatriz; TIBADUIZA ARAQUE Fernando; MARÍN ARANGO Olga. (2010). La Radio comunitaria una empresa social sustentable. Herramientas para la gestión. Min Cultura. Mintic.

GUERRERO, Marina (2012) La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos. En: COMUNICACIÓN Y MEDIOS N° 31 (2015). Instituto de la Comunicación e Imagen, ICEI, Universidad de Chile. ISSN 0719-1529

GUÉDEZ, Víctor, (2005) La diversidad y la inclusión: Implicaciones para la cultura y la educación. En: Revista Universitaria de Investigación, vol 6, núm. 1, Junios, 2005, pp 107-132. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas, Venezuela.

HIDALGO, Iván. (2014) Radio Universitaria y Podcasting. Análisis de los modelos de podcasting utilizados en internet por emisoras universitarias de España y México. (Tesis Maestría) Universidad de Huelva / Universidad Internacional de Andalucía.

NIÑO RODRIGUEZ, Leonardo (2010) La propuesta cultural de las emisoras universitarias de la frecuencia modulada (FM) en Bogotá. Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social. Universidad Javeriana.

ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel, RODRIGUEZ BARBA, Dolores & CHEVAL, Jean Jacques (2014) La radio universitaria en el siglo XXI: perspectiva hispano-francesa. Revista Edmetec. pp. 61-86.

MARCHIONI, M. (2001). Comunidad, participación y desarrollo: teoría y metodología de la intervención comunitaria. Madrid: Editorial Popular.

MATA, María Cristinta, (1996). Cómo conocer la audiencia de una emisora: Los debates de audiencia. Cuadernos de investigación, número 4. ALER-Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. Quito, Ecuador.

MERINO, M. (2019). La participación ciudadana en la democracia . Ciudad de Méjico: Instituto Nacional Electoral .

PINTO, Regina, MARTIN-PENA, Daniel, VIVAS, Agustín (2016). La radio universitaria como formadora de profesionales. Análisis de la relación entre los títulos de grado y la radio universitaria española. Revista General de Información y Documentación. ISSN: 1132-1873. Ediciones Complutense. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_RGID.2016.v26.n1.53043](http://dx.doi.org/10.5209/rev_RGID.2016.v26.n1.53043)

POZO SOLIS, Antonio (2007). Mapeo de actores sociales. Preval; Lima, Perú.

RAMIREZ, Liliana del Pilar (2016) Aportes de una radio comunitaria al desarrollo rural. Trabajo de grado para optar a título de Magister en Desarrollo Rural. Pontificia Universidad Javeriana.

RESOLUCIÓN 0415 de 2010. Estructura de propiedad de la radio en Colombia. Tomado de <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3797.html>

ROTMAN, A.(2014) Las radios universitarias, Argentina frente a un nuevo paradigma de la comunicación. En Martín Pena ,D. y Ortiz Sobrino, M.A.(comps.) Las radios Universitarias en América y Europa. Madrid: Fragua.

SABUCEDO, J. M. (1988). Participación política. En J. Seoane, & Á. Rodríguez, Psicología política (págs. 165-190). Madrid: Ediciones Pirámide.

SANCHEZ AMAYA, Tomás. (2010). La caja de herramientas como opción metodológica. En: Revista Análisis. No. 76. pp 71-102.

SAULS, Samuel (2000) The culture of American College Radio. Universidad de Iowa. ISBN 0813820685

SLOTTEN, H.R (2006). Universities, public service experimentation, and the origins of radio broadcasting in the United States, 1900-1920. Historical Journal of Film, Radio and Television, 26, 485-504.

VACA, Hernando. (2017) Procesos interactivos mediáticos de radio Sutatenza con los campesinos de Colombia (1947-1989). Universidad Autónoma de Occidente. Cali, Colombia

VAL CUBERO, Alejandra. (2017). La diversidad cultural: ¿es posible su aplicación al sector audiovisual? En: Comunicación y Sociedad. Numero 28, ene-abril 2017. Departamenteo de Estudios de la Comunicación Social - Unviersidad de Guadalajara. Pp 111-130.

VAZQUEZ, Marina. (2012) La Radio Universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes. (Tesis Doctoral) Universidad Pompeu de Fabra.

VENTÍN, J. (2015) La radio universitaria en Colombia: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios. (Tesis doctoral) Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo. España.

ZAMBRANO, William (2012) Radiografía de las Emisoras Universitarias Colombianas. En: folios 28. Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia.