

Ondas académicas y procesos socioculturales, en el sur de Colombia¹

Óscar Iván Forero Mosquera^(*)

1 Universidad de la Salle

Resumen: Los medios de comunicación masiva, al hacer uso de su poder simbólico, condicionan la forma de entender el mundo social, de acuerdo con las especificidades de su campo de producción. Bourdieu (1994) considera que los medios de comunicación ocupan un lugar inferior en los campos de producción cultural; sin embargo, les reconoce una forma realmente insólita de dominación, porque para él los medios de comunicación facilitan la exposición de diferentes iniciativas, en busca de reconocimiento público.

En la actualidad las radios universitarias se han convertido en participantes fundamentales de la comunicación en el desarrollo de procesos sociales; además, promueven dar sentido a la realidad y brindar más que información, la generación de escenarios de diálogo en los cuales las audiencias se conviertan en promotores y divulgadores de procesos socioculturales. Geográfica y políticamente Colombia está subdividido por regiones, las cuales conforman territorios micro y con límites y referencias físicas entre sí, cada una con características particulares y elementos de diferenciación entre ellas, dependiendo el su lugar de ubicación, así como de elementos históricos y sociales.

Una de las regiones más ricas en biodiversidad, pero también más afectadas por años de violencia y olvido de los gobiernos colombianos, ha sido la región sur de Colombia; de manera específica el departamento del Huila. Territorio que, pese a las condiciones políticas agrestes, también ha sido proclive a la promoción y consolidación de iniciativas de las comunidades en busca de mejores condiciones para el derecho a la vida digna.

Así entonces, en el presente documento se reconoce a las emisoras universitarias como generadoras de escenarios de circulación y cualificación de las audiencias y/o comunidades, además de promover la consolidación de procesos socioculturales, desde sus apuestas de contenidos exteriorizados a través de sus parrillas de programación, en el sur de Colombia.

Palabras clave. Radio universitaria – Periodismo – Comunidades – Procesos socioculturales – educomunicación y ambiente.

1 Artículo resultado del proceso del doctorado en Estudios de Desarrollo y Territorio de La Universidad de La Salle.

Recibido: 14 de febrero de 2024. Aceptado: 10 de diciembre de 2024

Received: February 14th, 2024. Accepted: December 10th, 2024

Academic waves and sociocultural processes, in southern Colombia

Abstract: The mass media, by making use of their symbolic power, condition the way of understanding the social world, according to the specificities of their field of production. Bourdieu (1994) considers that the media occupy an inferior place in the fields of cultural production; However, he recognizes a truly unusual form of domination, because for him the media facilitates the exposure of different initiatives, in search of public recognition. Currently, university radio stations have become fundamental participants in communication in the development of social processes; Furthermore, they promote giving meaning to reality and providing more than information, the generation of dialogue scenarios in which audiences become promoters and disseminators of sociocultural processes. Geographically and politically, Colombia is subdivided by regions, which make up micro territories with limits and physical references to each other, each with particular characteristics and elements of differentiation between them, depending on their location, as well as historical and social elements.

One of the regions richest in biodiversity, but also most affected by years of violence and neglect by Colombian governments, has been the southern region of Colombia; specifically the department of Huila. Territory that, despite the harsh political conditions, has also been prone to the promotion and consolidation of community initiatives in search of better conditions for the right to a dignified life.

Thus, in this document, university radio stations are recognized as generators of circulation and qualification scenarios for audiences and/or communities, in addition to promoting the consolidation of sociocultural processes, from their commitment to externalized content through their broadcast schedules. programming, in the south of Colombia.

Keywords. University radio – Journalism – Communities – Sociocultural processes – educommunication and environment.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo es resultado de un proceso de investigación que tuvo como elemento principal a las emisoras universitarias de los departamentos de Cauca, Nariño y Huila y la incidencia de estos medios en diversos procesos socioculturales en los territorios más próximos en donde ejercen influencia. Al hacer referencia a procesos socioculturales se mencionan diversas iniciativas que se trabajan de alguna manera con acompañamiento desde los medios; en algunos casos, esos procesos tienen relación con iniciativas comunitarias, educativas y ambientales, las cuales son fundamentales en el desarrollo de la región sur de Colombia.

Los medios de comunicación son elementos influyentes en procesos socioculturales que generan sentido, gracias a que construyen y entretejen significados a través de la información e interpretación que dan sobre los acontecimientos que divulgan (Ramírez, 2013). Los medios ejercen influencia sobre las personas, a nivel individual y colectivo; determinan la manera de percibir, pensar y actuar, así como la conformación de organización social y a su vez consolidan la construcción de un entorno invisible, desde el cual moldean relaciones sociales y humanas, de acuerdo con sus lógicas de creación (MacLuhan, 2009).

Del ecosistema mediático de una región, sobresalen los medios que deben su quehacer a las comunidades, es decir, los medios que están por fuera del rotulo de comerciales; los denominados '*medios comunitarios*' y '*medios educativos*'; de éstos últimos hacen parte las radios universitarias, que son asumidas como poseedoras y generadoras de relaciones de comunicación, aspecto que se

sustenta a partir del poder simbólico de la emisora, que en el caso de la radio universitaria se obtiene desde el capital simbólico acumulado por depender de instituciones de educación superior, elemento que en últimas se traduce en credibilidad entre sus audiencias (Forero, 2014).

Al hablar de audiencias en el periodismo radial universitario no solamente se hace referencia a receptores; esta definición tiene un carácter humanístico, activo dentro de las dinámicas y procesos sociales de las regiones. Así entonces, las audiencias son públicos dinámicos, o mejor explicado, públicos como cualquier otro fenómeno social, creados a consecuencia de grandes desarrollos sociales y transformaciones profundas (Gouldner, 1985).

En este contexto gana en importancia el trabajo que se desarrolla desde y con las comunidades como escenario de resistencia, y que permite que, a pesar de las contravenciones hacia su dignidad se reivindique el derecho a luchar, a dar "visibilidad y credibilidad a las prácticas cognitivas de las clases, de los pueblos y grupos sociales que han sido históricamente victimizados, explotados y oprimidos, por el colonialismo y el capitalismo globales" (De Sousa, 2013, p. 12).

METODOLOGÍA

Se determinó como instrumento principal el Análisis de contenido, entendido como técnica de investigación que permite el estudio e interpretación de fuentes documentales, a partir de la definición de categorías utilizadas por los emisores de los contenidos, y el análisis de los contenidos en el contexto en el que se

generan los mensajes, con el fin de evaluar las variables que determinan los mensajes divulgados (Guix, 2008).

El diseño metodológico fue cualitativo, el método estudio de caso de tipo descriptivo y exploratorio. El análisis de los contenidos emitidos por los tres medios radiales universitarios se realizó mediante unidades de análisis; los cuales permitieron, además, explorar los contextos sociohistóricos de los territorios en donde funciona cada medio, y los actores y acciones que inciden de manera positiva en el desarrollo del territorio.

Las técnicas utilizadas fueron la revisión documental, la entrevista cualitativa y el análisis de contenido; la revisión documental, se define como el proceso dinámico de consecución, recogida, clasificación, recuperación y distribución de la información. Se diferenciaron fuentes de documentación primarias (textos completos y originales) y fuentes de documentación secundarias (seleccionan, referencian y/o resumen la información primaria). Se trabajó con las licencias de funcionamiento, acuerdos de creación institucional de cada Emisora, manuales de estilo y parrillas de programación, documentos que aportaron los directores de cada estación radial universitaria considerando su importancia para el estudio.

La entrevista cualitativa sirve como punto de entrada del científico social para comprender el mundo de vida de los informantes. Tiene por característica fundamental que trabaja con preguntas abiertas con el fin de propiciar que los entrevistados expresen, en sus propias palabras, la perspectiva personal sobre el tema (Patton. 1990). En este sentido, las entrevistas cualitativas y semiestructuradas fueron aplicadas a los

gestores y directivos de las universidades a las que pertenecen cada una de las emisoras estudiadas. En el caso de los gestores de las estaciones de radio se hace referencia a profesores y estudiantes de las universidades públicas de los departamentos de Cauca, Nariño y Huila, quienes aportaron en la creación de estos medios, como una apuesta desde las instituciones de educación superior. Respecto de los directivos de las universidades, fue importante la conversación con ellos debido a que el funcionamiento y sostenibilidad económica de estos medios fue posible gracias a los apoyos financieros por parte de las administraciones de turno.

El análisis de contenido, en las emisoras universitarias, se tuvo en cuenta tres momentos: desde su producción y difusión; desde la construcción del mensaje en sus contenidos; y a partir de la recepción y apropiación de los mensajes, de las audiencias (Thompson, 1991). Además, se partió de entender que la comunicación es un proceso, en el cual en algunas ocasiones es intervenida por los medios de información, situación que deja entrever que, para realizar el análisis de los medios de comunicación, es importante tener en cuenta el entorno en el cual se encuentran, así como estudiar su contenido no latente, o no manifiesto, en los mensajes que emiten.

Región sur de Colombia y procesos socioculturales.

La región surcolombiana², en la cual se incluye el departamento del Huila, es

² Conformada por los departamentos de Nariño, Putumayo, Huila, Tolima y Caquetá, está integrada por 212 municipios de los cuales, el 46% se encuentra en el área

reconocida por ser escenario de profundas desigualdades sociales y conflictos que han afectado a la población. Una región que ha afrontado de manera directa y crítica la permanente presencia del conflicto interno armado, social y político en Colombia; violencia que ha afectado las diferentes esferas de la sociedad y que como resultado dejó desesperanza, autocensura, desestabilización familiar, daños en el medio ambiente y afectaciones económicas (Torres, 2002).

En este contexto gana en importancia el trabajo que se desarrolla con las comunidades a partir de la resistencia, y que permite que, a pesar de las contravenciones hacia su dignidad se reivindique el derecho a luchar, que en términos de Boaventura, da “visibilidad y credibilidad a las prácticas cognitivas de las clases, de los pueblos y grupos sociales que han sido históricamente victimizados, explotados y oprimidos, por el colonialismo y el capitalismo globales” (De Sousa, 2013).

Es a partir de procesos socioculturales generados desde las comunidades, que las libertades y las capacidades humanas, se materializan en elementos de mejora continua, generación de nuevos escenarios en donde la ecología, lo social y lo político reivindican el derecho a la vida digna. En la región surcolombiana existen iniciativas ancestrales que se rehúsan a desaparecer, escenarios que desde el periodismo radial universitario han sido divulgados y promocionados, en consonancia con las lógicas propias de estos medios, a partir del adecuado uso

urbana y el 54% en el área rural. (Benavides, 2010)

del lenguaje y de formatos novedosos, en sus contenidos.

Periodismo radial universitario, aportes significativos.

La radio como elemento de la cultura se articula a las prácticas sociales, las cuales, asumidas como particulares de cada comunidad, están en permanente proceso de re-creación, cambio y adaptación. Estas prácticas sociales están conformadas por elementos de simbolización, creación, transmisión y socialización de saberes, que generan sentido, conocimiento e interpretación de las experiencias individuales y colectivas de una región. (Forero, 2014).

El surgimiento de una emisora en una Universidad implica empezar un proyecto de comunicación participativo, al cual están invitados los diferentes actores con el fin de lograr objetivos comunes. A partir de lo anterior, se espera que, desde el periodismo radial, promovido desde las emisoras universitarias de la región sur de Colombia, se genere una visión colectiva de identidad y tradiciones, desde donde se pueda expresar y difundir de tal manera que actores pares en las iniciativas se vinculen a la generación de estrategias de cambio y mejora de procesos. A partir de lo anterior, se destacan las universidades como formadoras de pensamiento crítico y social, que se exterioriza a través de sus estaciones de radio, las cuales promueven el mejoramiento y desarrollo social de apuestas socioculturales.

Un aporte significativo de las universidades, y que se exterioriza a partir de sus emisoras, tiene que ver con el enfoque humanista de los contenidos que se emiten a través de estos medios de comunicación; por lo que se asumen

como los medios más adecuados en la promoción de apuestas socioculturales, que conllevan a la generación de opinión por parte de las audiencias, que tradicionalmente no consumen más allá que medios con fines de lucro.

Otro aporte de las radios universitarias a los procesos socioculturales de la región sur de Colombia tiene que ver con el trabajo colaborativo. En Colombia, el trabajo conjunto les ha permitido a las emisoras universitarias, además de aspectos de consolidación de identidad propia, un aumento notorio de visibilidad y protagonismo de las iniciativas de las comunidades ante en la sociedad; las radiodifusoras universitarias se convierten así en medios alternativos y plurales, con compromiso social de participación, así como escenario de profundización en la vida democrática (Contreras-Pulido & Aguaded-Gómez , 2012).

La visión de sociedad de las radios universitarias implica una nueva perspectiva en la cultura, en la política, en lo social, basada específicamente en resignificaciones de identidades y tradiciones (Leff, 1998); en esta medida quienes permiten que se generen y exterioricen estas resignificaciones son los actores, que a su vez se les asume como audiencias, quienes conocen, viven, sobreviven y, sobre todo, narran sus procesos socioculturales.

Procesos educativos y ambientales en emisora universitaria en el Huila.

Los medios de comunicación desempeñan un papel esencial en el desarrollo de la sociedad al proporcionar una plataforma para el intercambio de información, ideas y valores. Sin embargo, su influencia es aún más

significativa cuando se integran con el proceso educativo. La educación, como cimiento del crecimiento humano, se beneficia enormemente de los medios de comunicación como herramientas que amplifican el acceso al conocimiento y fomentan la alfabetización mediática.

Esta idea se presenta como sustento de la postura de John Dewey, al manifestar que "la educación no es la preparación para la vida; la educación es la vida misma en sí" (Rodríguez, 2015). En este sentido, la combinación de una educación sólida y el uso consciente de los medios de comunicación no solo empodera a los individuos para participar de manera activa en la sociedad, sino que también promueve la reflexión crítica y la toma de decisiones informadas, aspectos fundamentales para el progreso colectivo. Por ello, la sinergia entre los medios de comunicación y la educación se erige como un pilar esencial en la construcción de una sociedad más informada, inclusiva y en constante crecimiento.

El proceso de investigación que sustenta el contenido de este texto se llevó a cabo mediante la exploración de dos amplias categorías de análisis: educomunicación y radio infantil. Estas categorías se enriquecieron aún más al considerar subcategorías específicas, como la comunicación e inclusión y la radio. La definición precisa de estas categorías de análisis surgió a raíz de reflexiones profundas que se generaron durante la formulación del problema de investigación.

La elección de estas categorías y subcategorías se basa en la premisa de que la educomunicación y la radio infantil representan dos áreas cruciales en el estudio de la comunicación y la educación. La educomunicación examina la intersección entre la educación y los

medios de comunicación, mientras que la radio infantil se centra en cómo los niños pueden participar activamente en la creación y el consumo de contenido radiofónico. La subcategoría de comunicación e inclusión aporta una dimensión adicional al explorar cómo la comunicación.

La educomunicación, variable integradora

El término educomunicación surge como una manera de combinar los procesos comunicativos y la apropiación educativa, o lo que Aparici (2010) plantea como una filosofía y una práctica de la educación y de la comunicación, basadas en el diálogo y en la participación, que no requieren solo de tecnologías sino de un cambio de actitudes y concepciones (p.12).

Aparici (2010) cita la definición de educomunicación contenida en el libro *Educación para la comunicación. Manual Latinoamericano*, texto que fue fruto de la edición del *Seminario Latinoamericano en 1985, organizado por la CENECA, en las Vertientes (Chile, 1991)*:

«(...) la educomunicación incluye, sin reducirse, el conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la formación del sentido crítico, inteligente, frente a los procesos comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores culturales propios y la verdad» (p. 9).

Por su parte, Mario Kaplún expone que la educomunicación.

«(...) tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su

principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación – redes de interlocutores, próximos o distantes – para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores-informadores sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas» (Kaplún, 1998, p. 244).

La educomunicación es entonces un campo teórico-práctico que maneja la educación en medios de comunicación, la cual a su vez produce contenidos educativos, construye ecosistemas comunicativos abiertos y creativos con relación horizontal en los participantes. “La educomunicación surge como uno de los tres pensamientos tradicionales (educomunicación, comunicación-educación entre cultura escolar y mediática, y comunicación-educación cultural) creada en las orientaciones de organismos multilaterales como la UNESCO y UNICEF en 1980” (Amador & Muñoz, 2018).

De este modo, se puede afirmar con Kaplún (1998) que “a cada tipo de educación corresponde una determinada concepción y práctica de la comunicación; debemos concluir que a cada tipo de comunicación corresponderá no solo una determinada concepción y práctica de la educación, sino también una determinada concepción de la sociedad.” Por su parte, Huergo (2000) plantea otro escenario relevante de la educomunicación, y centra su significado en la relación política entre el término y su aplicación:

Comunicación/educación es siempre política en cuanto institución de la democracia como régimen del pensamiento colectivo y de la creatividad colectiva; es proyecto de autonomía en cuanto liberación de la capacidad de "hacer pensante", que se crea en un movimiento sin fin (indefinido e infinito), a la vez social e individual; es posibilidad radical (Huergo, 2000, pág. 23).

Queda claro entonces que la combinación de comunicación y educación es clave para formar audiencias informadas y críticas en la sociedad actual. La comunicación facilita el acceso a la información, mientras que la educación proporciona las herramientas para analizar y contextualizar esa información. Juntas, ayudan a las personas a desarrollar habilidades críticas y a participar de manera activa en un mundo lleno de medios y mensajes, promoviendo así el pensamiento reflexivo y la toma de decisiones fundamentadas. Esta sinergia es esencial para empoderar a las audiencias y promover sociedades más informadas y participativas.

La educomunicación en el Huila

A pesar de que el tema es incipiente en el departamento del Huila, la educomunicación ha tenido un cambio constante con el pasar de los años, gracias a los adelantos que se han dado en la región surcolombiana. Actualmente son varios los procesos que se están desarrollando en torno a este campo. Algunos de estos son llevados a cabo por la Institución Educativa INEM Julián Motta Salas, la Universidad Surcolombiana y la Alcaldía de Neiva.

En el año 2008 fue creado un espacio radiofónico, implementado en la

Institución Educativa INEM Julián Motta Salas, llamado "Radio Pupitre". El grupo focal estuvo integrado por estudiantes de los grados 6°, 7°, 8° y 9°. Para la elaboración de dicho proyecto educomunicativo, la metodología empleada se basó en capacitar a estudiantes y docentes sobre géneros y formatos periodísticos radiales, además de aspectos técnicos que abarcan los procesos de preproducción, producción y postproducción.

Lo anterior permitió crear y consolidar la parrilla de programación, la cual estuvo conformada por temáticas que llevan las necesidades del colectivo institucional. El cumplimiento de cada punto conllevó a un aprendizaje lineal donde no solamente se abarcaron tópicos radiofónicos sino también políticas e ideologías que les permitieron analizarse como jóvenes, como sociedad y como entes con capacidad participativa.

Además, la educomunicación también se ha implementado en Radio Universidad Surcolombiana (de frecuencia 89.7 F.M), emisora de interés público perteneciente a la Universidad Surcolombiana, que difunde conocimiento, saberes, principios y valores. Esta tiene dentro de su programación una franja "Cultural y de Entretenimiento" en la cual se encuentra un espacio infantil, que tiene como objetivo la formación en edades infantiles y juveniles (0 - 6 años; 6 - 13 años). Este espacio fue creado como un escenario en donde el juego, las manualidades, los cuentos y las sonrisas permiten que la radio educativa sea divertida y constructiva, todo lo anterior contemplado en el manual de estilo de Radio Universidad Surcolombiana 89.7 FM.

Este espacio infantil es realizado por niños y se denomina "Pompas de Jabón",

el cual fue creado con la principal intención educativa de socializar los conocimientos, vivencias y producciones escritas y orales, además de fortalecer las relaciones de los niños con las personas que conforman su núcleo familiar y explorar los elementos culturales de su entorno, (Radio Universidad Surcolombiana 89.7 FM, 2011).

Al notar una deficiencia en la educación, particularmente en las habilidades de lectura y escritura, se reconoció la necesidad de encontrar una solución para mejorar estas áreas. Es por eso por lo que se creó el programa radial "Pompas de Jabón" como una estrategia para abordar y reducir estas deficiencias. Este programa se realiza con el fin de subsanar y minimizar las carencias identificadas.

Para su producción, se cuenta con talleres que se desarrollan en el aula, en los que se exploran los imaginarios y las particularidades culturales de este grupo de escolares, que de la mano de dos talleristas del programa de Licenciatura en Educación Infantil de la Universidad Surcolombiana hacen producción escrita y oral con el cometido de alimentar este espacio radial que es difundido por Radio Universidad Surcolombiana 89.7 FM; pues el uso *pedagógico de los medios contribuye a reforzar en los alumnos determinados métodos y hábitos intelectuales y pedagógicos, y al mismo tiempo puede convertirlos en productores de información* (García Galindo , 1994).

Comunicación ambiental, nuevas posturas, viejas discusiones

La comunicación ambiental es un nuevo campo de la comunicación que tiene su génesis en "creencias naturalizadas por

el capitalismo. En especial, la idea del desarrollo. De hecho, se ha referido esta suerte de esquizofrenia: se hacen campañas que invitan a cuidar el ambiente, pero no a cambiar el modelo que se ensaña con el ambiente" (Cuesta, O. 2016. p. 131). Es debido a lo anterior que ha ido ganando en importancia en razón a la manera en que se ha asumido la crisis ambiental y en cómo desde la comunicación se promueve la comprensión epistemológica del mundo de manera compleja, es decir, interconectado.

Dos son las grandes variables que han resultado de este nuevo enfoque; la primera tiene que ver con la comunicación ambiental promovida desde un ejercicio de sostenibilidad de la naturaleza y por consiguiente que termina avalando su usufructo. Es decir, una postura de comunicación ambiental supeditada al antropocentrismo y al desarrollo sostenible; en razón a que se asume la comunicación desde la concepción funcionalista o instrumental y no de manera crítica, ni compleja que permite analizar más allá su uso operativo y/o pragmático.

Es decir una visión instrumental de la comunicación, pues deja de manera exclusiva la utilización de campañas y productos comunicativos para la consecución de objetivos encaminados a la preservación de la naturaleza; situación que permite establecer que en esta propuesta no se vincula el problema ambiental de fondo, sino son aspectos paliativos, que terminan validando el actual paradigma dominante, desde donde se establece el problema a partir de los síntomas y por consiguiente se deben establecer aspectos de mitigación y favorables en beneficio del ser humano, pero no invita a comprender el problema

ambiental de manera crítica en su totalidad.

Desde esta perspectiva funcionalista de la comunicación ambiental se busca el compromiso y "participación de una sociedad bien informada en los temas ambientales que los comprometa como actores sociales de los cambios más pertinentes" (Rodríguez, A.; López-Hernández, E. 2004. p. 244). Es decir, se insta a tener de presente los conceptos de la ciudadanía, "favoreciendo así su participación. Para ello resultaría fundamental recurrir a instrumentos y soportes de comunicación imaginativos y múltiples, que favorezcan la comunicación personal con los ciudadanos y permitan sobrepasar lo convencional y repetido en las campañas de comunicación" (Escámez et al., 2005, p. 5). En consecuencia, se puede asumir que en este aspecto se parta de la comprensión de la comunicación ambiental como "la externalidad del conocimiento científico (siempre disciplinario), lo cual significa que no se puede prescindir de la ciencia, pero tampoco quedarse en sus límites" (Gavirati, p. 2016. p. 115).

De otro lado, está la postura que trabaja la comunicación desde "el surgimiento de nuevos valores y actitudes de las personas hacia la naturaleza, en un lugar donde la cultura recupere su papel como estrategia de adaptación humana frente a los retos de esta época y hacia el futuro" (Aparicio, R. 2016, p.229). Un escenario interesante que permite ayudar a comprender un nuevo campo académico como la comunicación ambiental, que se asume de manera reciente, debido a la crisis civilizatoria y ambiental por la que se atraviesa; desde donde se suscita la concepción desde la teoría de sistemas y el paradigma de la complejidad, en busca de romper con la lógica de la ciencia

occidental y trabajar desde "la relacionalidad e interacción del mundo, lo que exige interrumpir el pensamiento que fragmenta" (Cuesta, O. 2016, p. 133). Una comunicación ambiental que "va más allá de una comunicación con contenidos de asuntos ambientales" (Aparicio, R. 2016, p 229).

En ese sentido este tipo de comunicación ambiental "no consiste en dar clases a la gente sobre biodiversidad, sino involucrarlas en un proceso de análisis de temas y cuestiones que le pueden ser críticas y que aún no han sido examinadas apropiadamente" (Andelman, M. 2003. p. 54). Lo anterior permite ver la materialización de la comunicación ambiental más allá de la instrumentalización conceptual que implica una cualificación de posturas en donde el ser humano esté en afinidad con su entorno, consigo mismo y con sus semejantes. Es decir que desde esta postura no se puede promover la comunicación ambiental como un medio para conseguir una meta, sino como un terreno fértil para la "investigación que permita entender cómo lo que llamamos crisis ambiental es tal, en la medida en que es una narración que lo devela y socializa con esa morfología. Algo que, evidentemente, implica análisis éticos, políticos, ideológicos y de relaciones de poder" (Cuesta, O. 2016. p.135). Por consiguiente, una comunicación ambiental en busca de "pensar planes de comunicación que procuren, más que comportamientos centrados en la conservación y el consumo responsable, alimentar la comprensión de la vida plantearía donde todo tiene una íntima interdependencia y está buscando el equilibrio" (Cuesta, O.; Meléndez, S. 2015. p. 51).

La anterior sentencia relacionada de manera directa con que la educación ambiental desde las universidades promueva que los nuevos profesionales puedan “identificar, relacionar y prever las posibles implicaciones de su profesión; actuar considerando el entorno natural; comprender la complejidad ambiental para tomar decisiones coherentes y éticas; ser capaces de pensar en, desde y para la vida a largo plazo” (Eschenhagen, 2021).

Proyectos Ambientales Universitarios (PRAUS) y programas ambientales en radio universitaria.

El último eslabón en el aspecto de la educación formal es la formación universitaria, de la cual hacen parte los Proyectos Ambientales Universitarios – PRAUS, que son concebidos como iniciativas trabajadas en las universidades con miras al cuidado y la conservación del medio ambiente. Esta responsabilidad en consonancia con lo definido en la Ley 30 de 1992 la cual establece que uno de los objetivos de la educación superior es “promover la preservación de un medio ambiente sano y fomentar la educación y cultura ecológica” (p. 2). Además, las instituciones de educación superior deben trabajar desde un ejercicio “inter y transdisciplinarias que haga posible la cualificación de sus egresados para que sean capaces de asumir sus actuaciones con la responsabilidad que requiere una formación en educación ambiental” (Mora, 2009, p. 26).

Ahora bien, los PRAUS per se, no se pueden concebir como la solución inmediata y de fondo a los problemas

ambientales en los territorios, pero sí se pueden pensar como un eslabón importante en el ejercicio de vincular actores, procesos e instituciones de educación superior con miras de trabajar de manera unida a merced de la biosfera. Y en ese ejercicio desde las universidades en beneficio del medio ambiente emerge una recomendación que se ocupa de promover desde la academia la implementación de “currículos integrados que den paso a los conocimientos significativos desde su permeabilidad frente a realidades locales y globales (...), con una clara ubicación de la conceptualización ambiental y de sus retos frente al desafío de la crisis ambiental del planeta” (Ministerio de Educación Nacional y Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2003, p. 53).

Dentro del mismo ejercicio de propuesta de trabajo de los PRAUS desde las universidades en Colombia, se plantea en la política de educación ambiental una serie de iniciativas que ayuden en el proceso de divulgación de las actividades ambientales que se trabajan desde las instituciones de educación superior; tal es el caso de diferentes estrategias comunicativas que sirvan no sólo de escenarios de divulgación, sino también, como “procesos de participación ciudadana en los asuntos ambientales (...), la comunicación debe estar orientada a contribuir en la formación de comunidades críticas y responsables frente al manejo del ambiente” (Ministerio de Educación Nacional y Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2003, p. 53).

Para completar las apuestas en beneficio del medio ambiente por parte de las universidades en Colombia, y en coherencia con lo argumentado en la

política de educación ambiental respecto de la definición de estrategias comunicativas como escenarios de divulgación y de participación ciudadana, están los medios de comunicación, de manera puntual, las emisoras educativas universitarias, las cuales en el caso de la Universidad Surcolombiana, ha definido dentro de su parrilla de programación un espacio radial dedicado a abordar el tema ambiental, sus afectaciones y las posibles iniciativas para promover su conservación y protección. En el caso de Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M. la apuesta de programa radial ambiental se denomina *De buen ambiente*.

De Buen Ambiente en Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.

Con la llegada de la emisora institucional en la Universidad Surcolombiana, se abre una nueva arista para abordar el tema ambiental desde la producción radial y se busca además de la estrategia que adelantó el Sistema de Gestión Ambiental, capacitó a estudiantes, docentes, administrativos, contratistas y líderes de procesos; es a partir de la misma iniciativa que ha desarrollado acciones comunicativas en la emisora de la institución para conmemorar fechas ambientales, y generar sensibilización a través de estrategias divulgativas como programa radial, cuñas y noticias ambientales a través del programa radiofónico “De Buen Ambiente” que fue creado por el equipo de trabajo de Radio Universidad Surcolombiana 89.7 F.M.

Con el objetivo de aportar al medio ambiente, mediante la presencia de expertos que aclaran los cuestionamientos en la preservación del medio ambiente, la fauna y flora con que

cuenta la universidad, la ciudad y la región.

El resultado de esta integración con la emisora de la universidad surge como articulación del equipo de trabajo de la estación de radio con las distintas facultades y dependencias del alma mater, en busca de fortalecer la participación de los actores académicos y administrativos y robustecer la parrilla de programación, tal cual como lo afirma la Coordinadora Sistema de Gestión Ambiental, Carla Urrea:

De Buen Ambiente nació por una iniciativa institucional, había un grupo de profesionales en la emisora, conversamos y dijimos por qué no creamos temas ambientales en colaboración con el área ambiental y un pasante del programa de Comunicación Social; este trabajo se hizo con una persona de la emisora C. Urrea (comunicación personal, 03 abril, 2023).

REFLEXIÓN FINAL

Las emisoras universitarias, a través del periodismo radial son pieza clave en la divulgación y desarrollo de los procesos socioculturales de la región sur de Colombia. Por su vinculación con las universidades, promueven la cualificación de las audiencias que inciden e intervienen en la apropiación social del conocimiento. De esta forma las radios universitarias son los medios apropiados para aportar en la difusión de conocimiento que permita impactar positivamente los procesos socioculturales que conlleven a la generación de escenarios de

participación para las audiencias. Lo anterior, en coherencia con lo propuesto por el dramaturgo alemán Bertolt Brecht, hacia los años treinta del siglo XX, quien llamó la atención sobre la radio, en el sentido de percibirla como un sistema comunicante, y no como simple elemento de transmisión; es decir una nueva forma de comprender la radio y su relación con las audiencias. Para Bertolt Brecht, las audiencias deben ser entendidas como objetos del mensaje y, además, deben estar conformadas por sujetos activos en el proceso comunicativo.

Este tipo de relación, entre el medio y las audiencias, promovida desde las emisoras universitarias, genera contenidos simbólicos que permiten romper con las lógicas de la oficialidad como agente dominante y conlleva a que la transgresión de los límites sociales sea posible. Situación sustentada con la concepción de Bourdieu (1998), respecto de que todos los individuos cuando piensan y actúan están completamente determinados por las estructuras sociales de las cuales hacen parte. Es decir que los agentes, en este caso las audiencias, son el resultado del mundo social en el cual fueron formados.

CONCLUSIONES

La radio universitaria en el sur de Colombia trasciende de percibirse como una propuesta mediática de entretenimiento, y por el contrario se constituyen como una posibilidad de democratización y de incidencia en procesos y conflictos socioculturales propios de la región sur del país, los cuales demandan un tratamiento mediático con mayores elementos de análisis y de contexto; aspectos que brindan estas estaciones de radio al

contar con distintos enfoques del conocimiento con que cuenta cada universidad.

La divulgación de contenidos que den cuenta de procesos sociales, que incluyen educativos y temas ambientales, ratifica la coherencia de la línea editorial de las emisoras del sur de Colombia, por cuanto tienen la misión de difundir el conocimiento, los saberes, principios y valores de la población que configura el entorno natural y humano esencial de cada universidad y los grupos humanos y sociales de los territorios en donde inciden de la región Surcolombiana; así como propender por el mejoramiento de la capacidad analítica de sus oyentes con la intención de construir opinión pública más formada que genere inclusión social y el respeto a las diferencias como una forma para aportar a la construcción de una sociedad y un país democrático y civilista.

REFERENCIAS

Andelman, M. (2003). La comunicación ambiental en la planificación participativa de las políticas para la conservación y uso sostenible de la diversidad biológica. *Tópicos en educación ambiental*, 49-57.

Aparici, R. (2010). Educomunicación más allá del 2.0. *Nómadas*, 4. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105122653019.pdf>

Aparicio, R. (2015). Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. *Comunicación y sociedad*, 209-235.

Benavides, O. (2010). *Encuentros entre lo tradicional y lo contemporáneo* - Salón regional de Artistas de la Zona Surcolombiana. Mopamopa, 12.

Bourdieu, P. (1994), L'Emprise du Journalisme. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 101-102, 3-9.

Bourdieu, P. (1998). Intelectuales, política y poder. Editorial Eudeba.

Contreras-Pulido, P., Aguaded-Gómez, J. I. (2012). Las radios universitarias como medios de comunicación alternativos al servicio de la ciudadanía. *La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI : I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, libro de actas. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla* (pág. 13). Sevilla España: Universidad de Sevilla .

Cuesta Moreno, Ó. J. (2015). Criterios para pensar la planificación de la comunicación ambiental desde perspectivas alternativas. *Kepes*, 31-56.

De Sousa, B. (2013). *Introducción a las epistemologías del Sur*. En B. de Sousa, *Epistemologías del Sur* (pág. 12). Buenos Aires: Clacso Coediciones.

Eschenhagen Durán, M. L. (2021). Adversidades y posibilidades de alternativas al desarrollo: epistemologías otras y educación ambiental superior. *Gestión y ambiente*, 83-106.

Forero, Ó. (2014). *Las ondas del poder: Radio y poder simbólico en Neiva*. Tesis de maestría, Universidad de Caldas: Repositorio institucional. <https://cutt.ly/Jf6bj4D>.

García Galindo , J. A. (1994). Investigar con los medios de comunicación en la enseñanza. *¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?*, 8, 107.

Gouldner, A. (1985). *El futuro de los intelectuales y el ascenso de la nueva clase : un marco de referencia, tesis, conjeturas, argumentos y una perspectiva histórica sobre el papel de los intelectuales y la inteligencia en la lucha de clases*. Madrid: Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina Biblioteca Central.

Guix, J (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? *Revista de Calidad Asistencial*, Volume 23, Issue 1, 26-30,

Huergo, J. (2000). Comunicación/Educación: itinerarios transversales. En C. Valderrama, *Comunicación- educación: coordenadas, abordajes y travesías*. Universidad Central/Siglo del Hombre.

Kaplún , M. (1998). *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*. CIESPAL.

Leff, E. (1998). *Racionalidad ambiental, otredad y diálogo de saberes*. POLIS Revista Latinoamericana .

Gavirati, P. M. (2016). La comunicación ambiental, territorio transdisciplinario emergente. Estudio de caso en la carrera de ciencias de la comunicación. *La trama de la comunicación*, 109-127.

MacLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós.

Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park, CA: Sage 2 Ed.

Ministerio de Educación Nacional y Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda y

Desarrollo Territorial. (2003). Política Nacional de Educación Ambiental. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación Nacional.

<https://oab.ambientebogota.gov.co/politica-nacional-de-educacion-ambiental-2/>

Mora Penagos, W. M., (2009). Educación ambiental y educación para el desarrollo sostenible ante la crisis planetaria: demandas a los procesos formativos del profesorado. *Tecné, Episteme y Didaxis: TED*, (26), 7-35.

Ramírez, D. (2013). *Análisis de contenido de las parrillas de programación, géneros, formatos, herramientas digitales e interactividad que están implementando en la web las ciberrádios universitarias de Colombia* [Tesis doctoral, Universidad Pontificia Bolivariana]. Repositorio Institucional. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/1496>

Rodríguez, L. (2015). John Dewey y sus aportaciones a la educación . *Acta Educativa* , 1(2).

Rodríguez Luna, A. R., & López Hernández, E. (2014). Una década de educación y comunicación ambiental para la sustentabilidad de una comunidad indígena. *Horizonte sanitario*, 243-250.

Thompson, J. (1991). La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. Versión, estudios de comunicación y política (1). <https://omegalfa.es/downloadfile.php?file=libros/la-comunicacion-masiva-y-la-cultura-moderna.pdf>.

Torres, W (2002). *Jungla globalizada, selva para la resistencia. La tensión entre lo global y lo local en una periferia en guerra*. *Revista Nueva Sociedad* N° 178,

23-38. <https://nuso.org/articulo/la-tension-entre-lo-global-y-lo-local-en-una-periferia-en-guerra/>