

## **La radio universitaria en Colombia**

**Guillermo Gaviria**

**Profesor Titular**

**Universidad Javeriana**

**Director Emisora Javeriana Estéreo**

La historia de la radio universitaria en Colombia se inicia con dos emisoras de universidades antioqueñas: La Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia creada en 1933 y la Radio Bolivariana, de la Universidad Pontificia Bolivariana en 1948. Treinta años después nació la Emisora Javeriana y posteriormente, hemos visto aparecer un número creciente de emisoras universitarias, particularmente en la última década del siglo pasado, hasta llegar a una cifra que supera las 30 en todo el país. La mayoría de estas emisoras han nacido no como iniciativas institucionales sino como resultado de proyectos de individuos, que luego fueron acogidos por las universidades.

Existe un número amplio de problemas que ha tenido que enfrentar la radio universitaria para su desarrollo. Algunos de los más actuales son, de acuerdo con Claudio Rama<sup>1</sup>, el fuerte proceso de expansión de los medios en la región, la aparición de proveedores externos satelitales, la carencia de políticas, la falta de presupuesto, la necesidad de comercializar en ambientes con oferta saturada, la globalización de la radio y su segmentación. A continuación, se considerarán tres de los problemas tradicionales, iniciando con la financiación como uno de los principales.

### **La financiación**

Es claro que la mayoría, sino la totalidad, de las emisoras universitarias no persigue el lucro, pero también que es necesario garantizar una sostenibilidad y al mismo tiempo la posibilidad de un verdadero desarrollo de proyectos de comunicación, que implican inversiones que no siempre cuentan con un presupuesto disponible por parte de las instituciones fundantes. La figura de los patrocinios y los anuncios comerciales, en muy pocos casos es efectiva como medio para equilibrar los presupuestos y tiene, al menos dos riesgos: uno, la posibilidad de que las administraciones de las universidades se desentiendan cada vez más de su responsabilidad financiera frente a sus emisoras y dos, la transgresión de los límites legales, en el caso de las emisoras de universidades del estado, clasificadas como de interés público.

### **Normatividad Jurídica**

---

<sup>1</sup> Rama, Claudio. Industrias Culturales y Fábricas Universitarias. Encuentro Nacional de Medios de Comunicación Universitarios. 29 de enero de 2004. Bogotá, Colombia.

El segundo problema tiene que ver con aspectos de normatividad jurídica. Es evidente que las actuales categorías en la radio: comercial, de interés público y comunitaria, son insuficientes para definir la radio universitaria y para ofrecer soluciones o crear condiciones que ayuden a su desarrollo particular. Sin embargo, es justo reconocer un avance al respecto por parte del Ministerio de Comunicaciones, cuando expresa:

*Emisoras educativas.* Las Emisoras Educativas tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de apoyar el proyecto educativo nacional y, servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Este servicio se prestará a través de las entidades educativas públicas de nivel superior<sup>2</sup>.

Por otro lado, la definición de un marco jurídico requiere atender temas tan complejos como el relacionado con los derechos de autor. Al respecto es importante mencionar el reciente fallo (2005) a favor de la Universidad de Antioquia que la exime de pagar derechos a Sayco y Acimpro, por entenderse que su objetivo es educativo y cultural y no el lucro económico. Esta decisión podría hacerse extensiva a las demás emisoras universitarias.

### **La identidad**

En tercer lugar, se presenta una dificultad, que más que dificultad es un reto: la búsqueda de una identidad como radio universitaria. ¿Qué es la radio universitaria en Colombia? Para responder podríamos acudir a Omar Rincón, Comunicador y Profesor Universitario, quien expresa:

La idea de hacer y programar la radio en las universidades no ha sido clara. Algunas tienen emisoras por darse imagen; otras porque quieren dar un aporte cultural; otras porque quieren mejorar sus ventas y matrículas; y otras las tienen para ponerse a la altura de las demás universidades que tienen emisoras, ya que creen que eso da estatus dentro de la comunidad universitaria<sup>3</sup>.

Esta opinión bastante crítica de la motivación de las instituciones para contar con una emisora, se puede contrastar con algunas citas de las ideas que se encuentran consignadas en las misiones y los objetivos de las distintas emisoras universitarias del país, agrupadas según las expresiones de Rincón.

Para empezar, es evidente que la imagen institucional tiene un rol importante en las motivaciones, frases como: "La voz

---

<sup>2</sup> Políticas para la Radiodifusión en Colombia, Documento de política sectorial, Bogotá, D.C., septiembre de 2004

<sup>3</sup> Rincón, Omar. <http://www.radio.uady.mx/ariadna/articulos/javeriana.html> (22/10/07)

de la Universidad"; "reflejo vivo de la cotidianidad universitaria"; "una propuesta que redefina, fortalezca y actualice la imagen institucional de la Universidad"; "vocera de los proyectos e investigaciones del alma mater"; son un ejemplo de lo que algunas universidades formulan como propósito para su radio.

El aporte cultural es otra de las motivaciones, que trae consigo el ya clásico problema de la definición y comprensión de lo que se entiende por cultura. Para algunos evidentemente este término atiende a las grandes expresiones del arte musical, literario, visual, etc.; para otros el término tiene una acepción más amplia y se refiere al conjunto de modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico y científico de una época o un grupo social. Algunas expresiones de este objetivo son: "La actualidad en materia cultural...a través de grandes debates del pensamiento político, filosófico, académico y literario", "Comprometida con la divulgación de las distintas expresiones culturales de la región y de los distintos géneros de la cultura universal", "Irradiar cultura y crear conciencia ciudadana". Incluso, la idea de mejorar las ventas y matrículas parecería tener expresión concreta en la formulación de sus objetivos por alguna de las emisoras: "Aplicar en la técnica radial, estrategias para promover los proyectos de la Universidad".

Adicionalmente a estas motivaciones, encontramos otra serie de planteamientos enmarcados dentro de las tres funciones básicas de toda universidad: docencia, investigación y extensión, planteamientos que, sin embargo, no parecen suficientes para cumplir a cabalidad esas funciones. Particularmente, no aparece como objetivo el servir de medio para la formación de profesionales de la radio o para propiciar la participación de profesores y estudiantes, algo que cualquiera podría pensar hace parte de lo que se consideraría radio universitaria. En la búsqueda de un estatuto propio, las emisoras universitarias en Colombia han tenido varias fuentes de inspiración, entre ellas la radio llamada cultural (la de la *alta cultura*) y la educativa, particularmente los desarrollos de las escuelas radiofónicas de Acción Cultural Popular, más conocidas como Radio Sutatenza, llevados a cabo entre 1948 y 1989. Adicionalmente a estas fuentes, en 1989 la Emisora de la Universidad Javeriana introdujo un formato que ha sido base importante para la construcción de las parrillas de programación de lo que hoy entendemos como radio universitaria en Colombia. Lo fundamental que se puede señalar al respecto, es que en este formato coexisten músicas de múltiples géneros junto a los llamados programas temáticos o de contenido. Un formato que, en palabras del comunicador Juan Carlos Garay, sirve para:

Demostrar que hay alternativas sonoras...apoyar expresiones que son marginales en un contexto en donde el gusto masivo asfixia

géneros que nacen o amenazan extinguirse...representar una multiplicidad, que es la esencia del espíritu joven y tolerante ante las distintas manifestaciones de la cultura...satisfacer a los oyentes descontentos con su carácter pasivo, ávidos de aprendizaje y de una ampliación constante de sus gustos y conocimientos; sirve, en fin, para educar<sup>4</sup>.

Por supuesto, que este formato ha sido apropiado, modificado y adecuado a los proyectos particulares de las distintas radios universitarias que hoy lo emplean. Este diseño tuvo como una de sus fuentes de inspiración la que se conoce como *college radio station* en los Estados Unidos, emisoras que transmiten una gran variedad de géneros musicales, la mayoría de los cuales no tiene posibilidades en la radio comercial, precisamente por ser considerados insuficientemente comerciales. Adicionalmente, podemos decir que contrario a lo que ocurre en Colombia, en los Estados Unidos, una gran cantidad de estas emisoras son operadas y programadas directamente por estudiantes.

### **Las emisoras universitarias**

Con relación al contenido de la programación, Olga Marín, quien fuera directora de la Radio de la Universidad Nacional, realizó con el patrocinio del Ministerio de Cultura un estudio inicial sobre las parrillas de 15 emisoras universitarias. Un análisis muy resumido de este trabajo, permite continuar una aproximación a lo que es la radio universitaria hoy en Colombia. Según observa Olga Marín<sup>5</sup> con relación a la identidad: "si esto no es lo que es al menos es lo que refleja". Para iniciar, se puede decir que el total de horas de emisión semanal es, en general, al menos de 18 horas diarias con un porcentaje alto de emisoras transmitiendo las 24 horas. De este tiempo el 75% por ciento se dedica a la música, un 13% a programas temáticos y el 12% a retransmisión de emisoras internacionales, entre ellas particularmente Radio Francia Internacional. Esta preponderancia de la música no es extraña si atendemos a los estudios de preferencia de los oyentes realizados por la radio comercial, que muestran a la radio asociada con la música en un 95%, las noticias en un 60% y los deportes en un 40%. Los porcentajes de la programación dedicados a los distintos géneros musicales transmitidos por las emisoras universitarias se pueden discriminar, de una manera muy general, así:

Música clásica 28%  
Colombiana 11%  
Rock 11%

---

<sup>4</sup> Garay, Juan Carlos. Los cien mejores guitarristas del siglo XX: Diagnóstico y propuesta sobre el papel de la música en la radio universitaria de Bogotá. Tesis de Grado, pag. 83. Universidad Javeriana, 1995.

<sup>5</sup> Marín, Olga. Lectura de Parrillas Emisoras AM y FM. Primer encuentro nacional de radios ciudadanas y universitarias. Ministerio de Cultura- Dirección de Comunicaciones. Bucaramanga, septiembre de 2003.

Salsa y tropical 8%  
Jazz y blues 6%  
Pop 3%  
Tango 1%  
Brasileña 1%  
Rap/electrónica 1%  
Otros 30%

Como se puede observar la música clásica, que no tiene espacio en las emisoras comerciales, exceptuando dos o tres emisoras en todo el país, ocupa una buena parte de la programación de las emisoras universitarias. Igualmente, la música colombiana, particularmente la de las zonas andinas, los llanos, el sur, las músicas indígenas y las de las comunidades negras del país; al igual que todas las nuevas expresiones relacionadas con la fusión de aires nacionales con corrientes internacionales, encuentra un buen refugio en las ondas universitarias.

### **Conclusión**

La radio es una forma de expresión en permanente construcción. La búsqueda de la identidad en la radio universitaria colombiana no ha concluido, por el contrario apenas se inicia. Es claro que no existe suficiente reflexión al respecto y que no todas las emisoras cuentan con proyectos radiales y comunicativos sólidos. Por otro lado, es necesario con urgencia realizar estudios de audiencia que permitan evaluar el verdadero impacto de estas radios en la comunidad. El no tener un propósito comercial o de lucro no puede eximir de trabajar estableciendo una relación mucho más dinámica con las audiencias. El potencial de la radio universitaria es muy grande, baste decir que las cuatro emisoras universitarias de Bogotá, cuentan con más de 100.000 oyentes, de acuerdo con el Estudio General de Medios (EGM) instrumento reconocido ampliamente por la radio comercial para medir las audiencias. Se podría estimar la cifra de oyentes de la radio universitaria en el país en más de 600.000 personas. Este número grande de ciudadanos, hace parte de "la construcción de un nuevo tipo de espacio público", como diría el investigador Jesús Martín Barbero, que encuentra aquí una alternativa a la "globalización comercial de la radio".

Para el desarrollo de este amplio potencial requerimos de una mayor sensibilidad y reconocimiento de la audiencia. Hasta fecha reciente, la construcción de esta radio universitaria ha sido un monólogo que cada emisora ha llevado al interior de su institución, con problemas y soluciones reiterados que no han tenido socialización suficiente. La reciente conformación de la Red de Radio Universitaria de Colombia, realizada el año 2003 en Bucaramanga y que agrupa hoy en día a 31 estaciones en todo el país, ha abierto un diálogo y ha iniciado un trabajo solidario que ya tiene sus primeros resultados en la

realización de proyectos conjuntos, de alto impacto social. La RRUC inició sus actividades examinando las dificultades que enfrenta la radio universitaria, particularmente las relacionadas con la normatividad jurídica y los derechos de autor. Sus acciones al respecto se han orientado a lograr una mejor definición por parte del Ministerio de Comunicaciones en cuanto al primer punto y un reconocimiento de su naturaleza y su acción educativa con relación al pago de los derechos de autor. Por otro lado, la gestión de la RRUC ha enfocado sus esfuerzos al desarrollo de la Red como un canal alternativo para la distribución de contenidos de orden académico y, muy especialmente, de alto impacto social y cultural. Dentro de esta línea de trabajo podemos destacar proyectos radiales, realizados y emitidos a nivel nacional, relacionados con el análisis de los problemas de la Educación Superior, en cooperación con el Ministerio de Educación Nacional, la sensibilización sobre los problemas ambientales y los derechos fundamentales relacionados con los mismos, en cooperación con ECOFONDO, la promoción de la lectura y los temas del libro, en cooperación con Bogotá Capital del Libro (2007), la difusión de la música clásica y la promoción turística, en cooperación con el Festival Internacional de Música de Cartagena, entre otros. Igualmente, la RRUC ha iniciado un acercamiento a las redes de radio universitaria de otros países latinoamericanos, con el propósito de propiciar intercambios y ampliar su impacto. Una muestra inicial de intercambio y cooperación se aprecia en la vinculación a la transmisión realizada por la RRUC, con el apoyo del Ministerio de Educación, de la Conferencia Regional de Educación Superior, Cartagena-2008, de las redes universitarias de Argentina, Chile y México.

Muy seguramente, en el futuro cercano esta colaboración permitirá ampliar de manera significativa este "nuevo espacio público" y ofrecer respuestas a preguntas cómo:

- ¿A quién sirve la radio universitaria, a quiénes quiere servir y cómo puede servir mejor en el futuro?
- ¿Cómo medir el impacto de la radio universitaria?
- ¿Cómo lograr una sostenibilidad para su proyecto comunicacional?
- ¿Cuál debe ser el rol de la radio universitaria dentro la radio colombiana?
- ¿Cómo se diferencia la radio universitaria de las demás?

**Artículo publicado en la Revista Javeriana de abril de 2004 y revisado en mayo de 2008.**

**Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización escrita del autor.**