



**Universidad  
de Cartagena**  
Fundada en 1827



Acreditación Institucional de Alta Calidad  
Resolución 2583 del 26 de Febrero de 2014. Ministerio de Educación Nacional

DISEÑO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE UNA EMISORA ESCOLAR QUE  
CONTRIBUYA AL FORTALECIMIENTO ETNOEDUCATIVO Y CULTURAL DE LA  
POBLACIÓN ESTUDIANTIL DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DOMINGO BENKOS  
BIOHÓ EN EL CORREGIMIENTO DE BOCACHICA.

### **INTEGRANTES**

Ángel Álvarez Doria

Luis Carlos Perriñán Narváez

Deyner Ariña Vergara

**Proyecto de Grado presentado como requisito para optar al título de:**

**Comunicador(a) Social**

**Grupo y línea de investigación:** comunicación, educación y cultura; comunicación y cambio  
social

**Asesora:** Doc. Bertha Lucia Arnedo Redondo

**Universidad de Cartagena**

**Facultad De Ciencias Sociales Y Educación**

**Programa De Comunicación Social**

**Cartagena De Indias D. T. Y C**

**2018**

## **AGRADECIMIENTOS.**

*A todas las personas que sienten un amor sincero por el prójimo.*

*En especial, a todos los miembros de la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó quienes hicieron parte del proceso, a nuestra tutora Berta Arnedo y Lectora Yusly perez. A nuestros familiares por el apoyo incondicional y los pasajes.*



## Tabla de contenido

<b>Introducción.....</b>	<b>3</b>
<b>1. Planteamiento del problema.....</b>	<b>6</b>
1.1 Descripción del problema.....	6
1.2 Objetivo.....	11
1.3 Objetivos específicos.....	11
1.4 Justificación.....	12
<b>2. Marco teórico.....</b>	<b>15</b>
2.2 Antecedentes.....	15
2.3 Referentes conceptuales.....	19
2.3.1 Comunicación medios y desarrollo.....	19
2.3.2 Radio y cambio social.....	22
2.3.3 Marco legal.....	24
2.3.3.1 Una emisora educativa con interés comunitario.....	28
2.3.3.2 Sobre la radio difusión comunitaria en Colombia.....	31
2.3.4 Radio y comunidades étnicas.....	33
2.3.4.1 Marco histórico en el que se creó a las comunidades negras como sujeto legal.....	33
2.3.4.2 Del desarrollo a la etnoculturalidad a través de la comunicación intercultural.....	34
2.3.5 Sobre filosofía corporativa.....	37
<b>3. Metodología.....</b>	<b>39</b>
3.1 Tipo de investigación.....	39
3.2 Escenario de trabajo y sujetos participantes.....	42
3.3 Técnicas e instrumento de recolección de información.....	42
<b>4. Resultados.....</b>	<b>46</b>
4.1 Contexto etnocultural y filosofía corporativa.....	46
4.1.1 Resultados de la entrevistas informales conversacionales y semiestructuradas.....	46
4.1.2 Resultados de ejercicio de grupo focal y taller investigativo.....	50
4.1.3 Una emisora escolar con enfoque etnoeducativo tendiente a lo comunitario.....	54
4.1.4 Filosofía organizacional Benko Estéreo.....	57
4.2 Manual de identidad gráfica.....	58
4.3 Conclusiones.....	65
<b>Bibliografía.....</b>	<b>66</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>69</b>

## **Introducción**

En el siguiente trabajo expondremos cómo fue la experiencia en la creación de una propuesta de identidad corporativa y gráfica para una futura emisora escolar con contenido etnoeducativo, que se localizaría en la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó de Bocachica, corregimiento insular de Cartagena de Indias.

Esta iniciativa surge como respuesta a la necesidad que se planteó un conjunto de personas pertenecientes a la institución, entre ellos directivos, docentes y estudiantes del plantel educativo. Tal demanda atiende a la falta de un espacio de encuentro con la comunidad estudiantil y, a la par, de expresión hacia audiencias multitudinarias, cuyos contenidos versen sobre el reconocimiento de las prácticas, saberes y costumbres propias del corregimiento. Esa necesidad se describe y contextualiza en el capítulo denominado Planteamiento del problema, allí hacemos un aterrizaje a la realidad de la población bocachiquera, invisibilizada por una larga historia de subordinación, resistencia y marginalidad.

De ahí que, a raíz de la necesidad registrada por los miembros de la institución, pensamos que desde la comunicación podemos, en principio, realizar un abordaje que propicie la distinción de unos símbolos corporativos y, luego, diseñar una filosofía que le dé sentido al comportamiento futuro de la organización. Así iniciaremos a crear valor en torno a los activos intangibles (marca) de una futura emisora que propugne el fortalecimiento de la identidad bocachiquera, atendiendo a su cultura e idiosincrasia, así como también a las particularidades compartidas en sus costumbres afro.

Por consiguiente, se hace una gran apuesta por una iniciativa que incluye un enfoque etnoeducativo en la comunicación, desde el diseño de la identidad gráfica hasta la formulación de una filosofía que proponga un comportamiento específico para la corporación. De ahí el objetivo del presente trabajo de grado: diseñar de manera participativa la identidad corporativa de una emisora escolar que contribuya al fortalecimiento etnocultural de la población estudiantil de la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó en el corregimiento de Bocachica.

Luego, al llegar a la justificación, se presenta la pertinencia de llevar a cabo este proyecto para beneficio de la población sujeto, ya que al dar los primeros pasos en la formación de la identidad de la emisora etnocultural, le daremos sentido u horizonte a un instrumento de comunicación masiva que serviría a la protección de los activos culturales tradicionales, saberes ancestrales y el patrimonio inmaterial de esas comunidades afro, a la par que ubicar a la escuela en una posición hegemónica en la reconfiguración y reedición de la cultura de comunidades que han sido colonizadas y más tarde marginadas a través de su historia.

Para la consecución del objetivo planteado fue preciso el aproximarse a distintos conceptos de las ciencias sociales y de la comunicación para entender el fenómeno, cómo ha sido abordado y qué experiencias previas existen. Así las cosas, en el capítulo titulado Marco teórico buscamos dar una definición coherente al problema, por lo que allí se describen conceptos como comunicación, desarrollo, radiodifusión y etnoeducación.

Por último, atendiendo a los anteriores referentes, seleccionamos una muestra de la población estudiantil de la institución Domingo Benkos Biohó a la cual le aplicamos técnicas de investigación y recolección de información como entrevistas, grupo focal y taller investigativo.

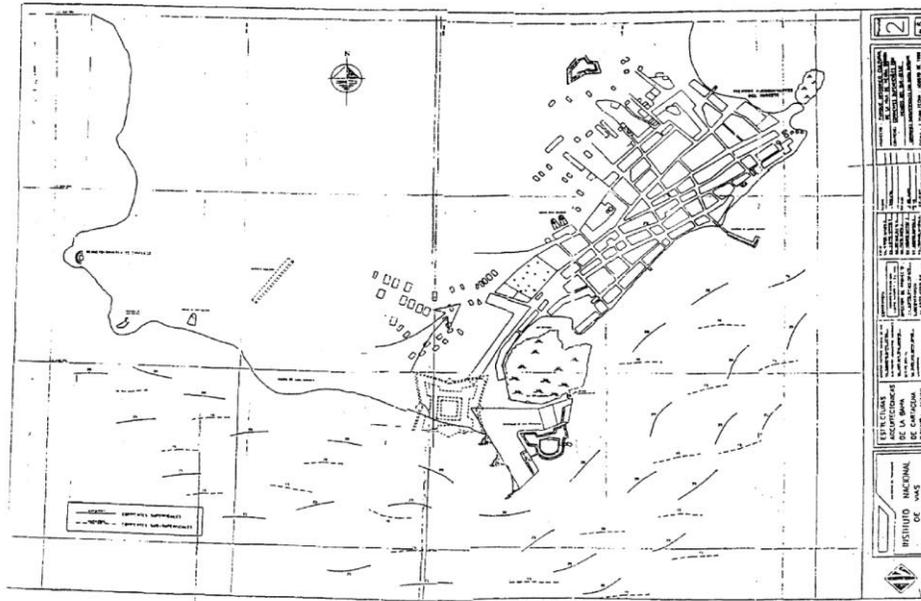
## 1. Planteamiento del problema

### 1.1 Descripción del problema

Bocachica es uno de los cuatro corregimientos asentados en una isla llamada Tierra Bomba, ubicada al sur de área metropolitana de la ciudad de Cartagena de Indias y al norte de la península de Barú (Consejo Comunitario, 2016, p. 19). Dicha isla, suscrita a la localidad Histórica y del Caribe Norte, está poblada por más de 10.000 descendientes de poblaciones afro que fueron llevados allí para trabajar en la empresa colonizante de la Monarquía Hispánica, en los hornos de cal y las canteras a las afuera de la Bahía (Consejo Comunitario, 2016, p. 19). Ana Enelsa Silva Caraballo, investigadora bocachiquera, en su libro *Historia local de Bocachica*, explica cómo se han arraigado las prácticas afro en el territorio:

*La tradición afrocaribeña que se fue construyendo a lo largo de esos siglos de esclavitud y de incesantes luchas por la libertad dio origen a una serie de manifestaciones culturales que hoy día subsisten en la*

*arquitectura, la organización social, la culinaria, las fiestas, los velorios, la música y la danza de los actuales pobladores (Silva, 2012, p. 13,).*



Tomado de Proyecto educativo institucional (I.E. Domingo Benkos Biohó, 2007)

Sin embargo, estos asentamientos padecen necesidades básicas insatisfechas, que afectan las relaciones en los ámbitos económicos, socioculturales, sanitarios y educacionales, e impiden la participación activa en las relaciones de poder de la sociedad cartagenera. Silva habla de marginalidad para entender las dinámicas en las que se inscribe la comunidad bocachiquera, señala:

*Los marginados no tienen acceso a las fuentes de trabajo, carecen de empleo estable y de bienes necesarios para subsistir, poseen un bajísimo nivel de educación y de alfabetismo o carecen de él y de las*

*posibilidades de adquirirlo; están desprovistos de vivienda adecuada, se alimentan en forma deficiente, están privados de servicios de salud, atención médica y hospitalaria* (Silva, 2012, p. 33).

En el contexto antes mencionado, el corregimiento ha experimentado un crecimiento acelerado. Bocachica contaba con aproximadamente de 5.700 habitantes, de los cuales 1.400 hacían parte de la Institución Educación Domingo Benkos Biohó en 2007 (Institución Educativa Domingo Benkos Biohó, 2007, p. 6) En 2012, según los datos del Plan de Etnodesarrollo (Consejo Comunitario, 2016, p. 19), la cifra ascendió a 6920 personas, entre ellas el 51% son mujeres y el 49% son hombre. Del cual, el 34.3%, la mayoría de la población, son personas que tenían entre 10 y 29 años de edad. Y, a la par, el 68.2% de la población está por debajo de la línea de pobreza y aproximadamente el 37.4% bajo la línea de indigencia (Consejo Comunitario, 2016, p. 30). Sumado a esto, otro dato también llamaba atención: sólo el 0.4% de la población eran personas mayores a 80 años. “las cuales son el bastión fundamental en el proceso de desarrollo que lleva la comunidad de Bocachica y que hacen parte de la historia viva y el saber ancestral de la comunidad, por sus conocimientos y experiencias” (Consejo Comunitario, 2016, p. 25), se lamenta el estudio.

En materia de educación, en Cartagena de Indias, según los datos presentados por el programa Cómo Vamos en su Informe de Calidad de Vida (2017), la escolaridad en el 2017 ha descendido de manera abrupta mientras que la Tasa Global de Fecundación la mantiene en la tercera posición entre las ciudades con mayor fecundidad de la Red Cómo Vamos. En adición, los colegios de la zona rural de Cartagena, en particular, son los que presentan los resultados más bajos en la Pruebas Saber y, en general, se expresa a través de la siguiente relación: a mayor

grado de educación, es menor el porcentaje de estudiantes que alcanzan el nivel avanzado en las Pruebas Saber. Esta es una problemática sobresaliente en las instituciones oficiales donde, además de mantener la tendencia de mayor deserción en los niveles de preescolar y secundaria, ha habido un aumento en los resultados insuficientes en dichas pruebas (en especial en sus componentes de ciencias sociales y matemáticas), en contraste con las instituciones de educación no oficiales donde ha habido una reducción progresiva de los resultados insuficientes. Otro dato interesante expuesto en el Informe (2017) que da luces respecto al acceso de los estudiantes a las tecnologías de la información y la comunicación es el siguiente: se dispone 1 tableta o computador por cada 12 estudiantes en las Instituciones Educativas Oficiales de Cartagena.

En consecuencia, se desaprovecha la oportunidad de crear condiciones que faciliten el aprendizaje a través de la articulación del modelo pedagógico con medios masivos de comunicación y las herramientas informativas. Una apuesta tal, que privilegie la comunicación masiva y las potencialidades interactivas de las piezas comunicacionales podría aprovechar las virtudes didácticas de esta última forma de hacer comunicación. A saber, llegar a un gran número de personas y poseer una gran efectividad en la transmisión de información para la formación del público. En otras palabras, “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” (Galindo, p. 108, 1994).

En ese sentido, una propuesta que vincule la radio y la educación con la cultura propia de Bocachica debe, primero, contemplar las prácticas ancestrales arraigadas para procurar su conservación y, segundo, atender a las problemáticas específicas que la población experimenta.

Es por ello que la etnoeducación sirve como un puente adecuado para engranar la necesidad de educación con el respeto de los aspectos culturales porque, además de engranarlas, contribuye al desarrollo de ambas. Esto es, la etnoeducación les confiere valor a los saberes ancestrales de cada comunidad con el fin de vincularlos, en la medida en la que la comunidad considere, a los modelos de desarrollo del mundo global y transmoderno.

En cuanto a radio se refiere, es común en Bocachica la escucha activa de emisoras todo el día, en especial emisoras de radiodifusión sonora comercial. No obstante, en el territorio existe una emisora denominada Nuevo Amanecer. Esta no cuenta con una licencia de concesión, se autoreconocen como una emisora comunitaria y opera bajo un enfoque evangelizador. Es uno de los pocos medios dispuestos a la población que habita dicho territorio.

Por su parte, la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó no cuenta con equipos técnicos necesarios ni con toda la documentación requerida para el otorgamiento de una licencia de concesión que le permita iniciar operaciones de la estación radiofónica. Dada la oportunidad que se desaprovecha por no usar los medios masivos de comunicación y demás herramientas tecnológicas con fines pedagógicos o etnoeducativos, y reconociendo nuestras propias limitaciones geotemporales y logísticas, nos preguntamos ¿Cómo podríamos diseñar de manera participativa la identidad corporativa y gráfica de una emisora escolar que contribuya al fortalecimiento etnocultural de la población estudiantil de la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó en el corregimiento de Bocachica?

## **1.2 Objetivo**

Diseñar de manera participativa la identidad corporativa de una emisora escolar que contribuya al fortalecimiento etnocultural de la población estudiantil de la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó en el corregimiento de Bocachica.

## **1.3 Objetivos específicos**

1. Describir el contexto etnocultural del corregimiento de Bocachica.
2. Construir de manera colectiva la filosofía organizacional para una emisora escolar en la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó en el corregimiento de Bocachica.
3. Elaborar un manual de la identidad gráfica para una emisora escolar en la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó en el corregimiento de Bocachica.

## 1.4 Justificación

Dar los primeros pasos hacia una emisora con enfoque etnoeducativo contribuiría a la protección de los activos culturales tradicionales, saberes ancestrales y el patrimonio inmaterial de esas comunidades afro; registrar los usos cotidianos de las gentes del presente; y ubicar a la escuela en una posición hegemónica en la reconfiguración y reedición de la cultura. Además, el despliegue de un proyecto tal, implicaría el desarrollo de ciertas competencias en el ámbito del ejercicio de las ciudadanías, en el reconocimiento de una autonomía e identidad libertaria, en el diálogo intercultural respetuoso, en la acción social comunitaria, entre otras (Pitre, 2013, p. 10). De ese modo, dicho proceso supondría un hecho educativo *per sé* para los estudiantes que hicieran parte, pues podrán desarrollar tales competencias junto al pensamiento crítico y la alfabetización mediática. Por todo lo anterior, no es despreciable ninguna empresa que se realice en ese sentido.

En ese orden de ideas, a menos que se consoliden iniciativas que propugnen la preservación de la herencia ancestral, la comunidad bocachiquera continuará enfrentándose a fenómenos que amenacen dicha riqueza cultural de la nación. Por ejemplo: el turismo es, después del transporte, la actividad económica más importante para la población radicada en dicho territorio puesto que cuenta con activos naturales (ubicación geográfica) y culturales (la gastronomía, la historia, la producción artesanal) (Consejo Comunitario, 2016, p. 27), sin embargo, existe la posibilidad que el contacto con el foráneo, sin una formación previa, pueda afectar el patrimonio cultural de la isla.

Por su parte, la ley 70 de 1993, en su artículo 39, establece que el Estado colombiano debe velar para que en el sistema nacional educativo se conozca y se difunda el conocimiento de las prácticas culturales propias de las comunidades negras. En la situación actual de Bocachica encontramos una ausencia significativa de medios de comunicación masiva que procuren el fortalecimiento etnocultural, en cumplimiento del artículo arriba mencionado. Ni siquiera en el PEI de I. E. Domingo Benkos Biohó hay mayor trato respecto a una comunicación externa ni procesos mediáticos por el estilo que podrían extender lo etnoeducativo fuera del contexto escolar, a lo sumo puede hablarse de comunicación interpersonal vinculado a la participación en determinados espacios (mencionado en el punto 7 del Plan de mejoramiento institucional de la I. E. Domingo Benkos Biohó) y la adquisición de algunos dispositivos audiovisuales para el trabajo pedagógico.

Es por ello que este proyecto se acerca a dicho propósito en la medida en que allana el paso hacia la implementación de la emisora escolar porque ofrece una filosofía corporativa y un manual de identidad gráfica, cuyo diseño permitirá que la comunidad pueda identificarse más rápidamente con nuestros símbolos. Con el interés de llegar a la mayor cantidad de nuestro público objeto, convalidados por el artículo 39 de la ley 70 de 1993, contaremos con el apoyo de plataformas digitales y redes sociales que extiendan la capacidad de cobertura de nuestros contenidos culturales y que permitan iniciar el posicionamiento de la marca. En adición, la planeación estratégica permitirá que la emisora pueda adaptarse sin perder el objetivo, optimizando siempre la comunicación organizacional y permitiendo disminuir los costos e incrementando el impacto en los públicos.

Insistimos, la emisora escolar constituiría un espacio de provecho no sólo para los estudiantes, sino para toda la comunidad académica, ya que podría potenciar las comunicaciones de la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó. Por un lado, controlaría un canal de difusión masivo que pueda compaginar con los intereses de todos los actores; por otro, acercaría a la comunidad bocachiquera a las actividades académico-recreativas de la institución, posicionándola; y, por último, emocionaría los jóvenes por el estudio y los apasionaría por la comunicación. Además, posibilitaría las condiciones hacia un acercamiento de la población egresada de dicha institución, en cumplimiento eficaz del punto titulado Gestión de la comunidad en el Plan de mejoramiento (Institución Educativa Domingo Benkos Biohó, 2007, p. 32).

En suma, este proyecto pretende ser la antesala de una estación radial que enriquezca la sociabilidad estudiantil y propugne por el fortalecimiento de la identidad bocachiquera, pues con dicho proyecto pretendemos diseñar unos símbolos fácilmente reconocibles por toda la comunidad y exponer una filosofía que le de sentido al comportamiento futuro de la organización, que sea una hoja de ruta. Así iniciaremos a crear valor en torno a los activos intangibles (marca) de tal estación radial.

## **2. Marco teórico**

Para el correcto abordaje del problema planteado con antelación, es necesario retomar la literatura trazada en torno algunas de las discusiones más ricas en los campos de la comunicación, el desarrollo y la etnoeducación. Hasta entonces, no habremos entendido el contexto teórico desde el cuál se haya intentado definir problemas similares al que ocupa este trabajo.

En ese orden de ideas, por móvil expuesto hace un momento, se hará un repaso por la definición originaria del término comunicación. Luego, veremos cómo dicha definición inicial se fue trastocando por el contacto de esta con distintas nociones de desarrollo en el transcurso de la historia. Esto con el interés de advertir las nociones de desarrollo tras determinadas propuestas comunicativas y viceversa, señalando las prácticas consecuentes con los distintos matrimonios de estos dos conceptos. Después revisaremos las normas dispuestas por el Estado colombiano para la regulación del ejercicio radiofónico y la definición que hace este sobre las emisoras comunitarias respecto a las emisoras de interés público. Por último, consideraremos la relación que ha tenido la radio con las comunidades negras como grupo étnico, la intervención de las tecnologías de la comunicación masiva en la etnoeducación y las posibilidades de la radio en un contexto etnocultural.

### **2.1 Antecedentes**

Al inicio de la investigación, realizamos una consulta extensiva de artículos, textos y literatura en general para asumir una postura reflexiva respecto a los referentes más próximos a

nuestro trabajo. A continuación describiremos algunos trabajos encontrados en los ámbitos internacionales, nacionales y locales, y subrayaremos, en algunos de ellos, cercanías y distancias que pueden tener estos con nuestro proyecto.

En el panorama internacional tenemos varios referentes, tal como el trabajo de Cristina Ortega de la Universidad de Málaga en el 2015, *La radio escolar en Andalucía*. En él, se muestra el trazado histórico de la radio escolar en Andalucía, España, y menciona las características de estas emisoras, recordando lo importante que fue la radio para la educación en la sociedad, pero que después dejaron de ser objeto de estudio para hoy estar casi en el olvido. Menciona, además, que con los constantes avances tecnológicos se ha hecho indispensable el uso y consumo de los medios de comunicación, lo que requiere de alfabetizar a toda la población, niños y adultos, en comunicación, aquí nos brinda un nuevo concepto: *alfabetización mediática*. Es una materia pendiente en los currículos escolares de los centros educativos, ya que permitiría un análisis los medios de comunicación y propiciaría proyectos como las radios escolares, “la creación de un proyecto de radio escolar en los centros educativos contribuye de forma positiva en el aprendizaje de los estudiantes, ya que es una forma de complementar los conocimientos adquiridos, así como de ponerlos en práctica en la vida real” (Ortega, 2015, p. 5).

En ese sentido, encontramos una experiencia que buscaba motivar a los estudiantes del Elio Antonio de Nebrija, colegio público de España, ubicado en una zona bastante vulnerable en Sevilla, a través de una emisora escolar. Este proyecto escolar lo encontramos en el artículo *Educación audiovisual y radio escolar* de Manuel Nogales Gala (2000). Buscaba que los estudiantes pudiesen completar la formación integral y facilitarles el acceso mundo laboral, era,

en últimas, una forma prevenir la deserción escolar en un contexto donde las familias tienen una capacidad adquisitiva muy limitada y dependen de las actividades agrícolas y el subsidio. Y, por ello, el acceso y la instrumentalización de los medios de comunicación funge como un potencializador de los procesos de aprendizaje, con los que se pretende educar ciudadanos en un mundo globalizado con constantes avances tecnológicos, buscando compensar las desigualdades.

En Colombia la creación de una emisora escolar en la Institución Educativa Gonzalo Mejía Echeverri, propone una comunicación alternativa mediada por la Radio, con el fin de suministrar a los jóvenes información diferente a la que los medios institucionales manejan y con la que redefinen la vida cotidiana. Al crear una emisora escolar se abre espacio a los contenidos proporcionados por la cultura popular, regresándole la autonomía en cuanto a la construcción de sus propias realidades. De nuevo aquí, vincular una experiencia radial al espacio escolar implica que los estudiantes fortalezcan su capacidad crítica frente a la manera en que se construye la sociedad a través de los medios de información y fortalecerá sus habilidades comunicativas.

Gloria Adriana Rodríguez Cano, investigadora de la Facultad de Ciencias sociales en la Educación en la Universidad Tecnológica de Pereira, autora del texto, insiste en la importancia que han adquirido los medios de información en la educación y la necesidad de vincular y articular los medios y la educación. En su voz: “la educación va más allá de los métodos y la comunicación más allá de los medios, en ese orden de ideas y con el fin de buscar una coyuntura entre estos dos aspectos, nos estamos enmarcando dentro de una propuesta ‘edu-comunicativa’, que parte del principio de que educar es comunicar” (Rodríguez, 2010, p. 6).

En cuanto al ámbito local, en la ciudad de Cartagena de Indias, existen varias iniciativas de radio escolar fundamentadas desde los estudiantes. Una de ellas fue en el 2013 donde los estudiantes Abel Pastrana Cantillo e Ismael Frías de noveno grado emprendieron esta labor en la Institución Educativa Rosedal; en principio se dio a través de un programa de internet gratuito y su programación estaba orientada hacia el entretenimiento: música, juegos, videos y chat. Este proyecto de emisora escolar, surgió como respuesta a la necesidad de generar espacios de participación auténtica de los estudiantes de la institución, así como fortalecer sus habilidades comunicativas, expresivas y de desarrollo de sus talentos. Además, generó espacios donde se produjeron y se difundieron ideas de la comunidad educativa, entorno a sus intereses. En el 2014 se planteó la integración del cuerpo docente del área de castellano, con el fin de diseñar la programación radial.

Asimismo, otro proyecto local fue el de las estudiantes Ayola, Del Rosario, Munroe y Paternina (2016) de la Universidad de Cartagena, que tuvo como objetivo el fortalecimiento de la emisora escolar de la Institución Educativa Nuevo Bosque de Cartagena de Indias. Después de un exhaustivo análisis situacional de la emisora, vieron necesaria la intervención, ya que notaron la fragilidad de conocimientos en los estudiantes que participan en la emisora y un mal manejo de esta, convirtiéndola en un espacio en que no todos podían ser partícipes, es entonces cuando estas estudiantes de Comunicación Social deciden intervenir dicha problemática, consolidaron talleres de conocimiento técnico y práctico de la radiodifusión, tal como lenguaje radiofónico, con la finalidad de subsanar el vacío de conocimiento en los estudiantes que participaban en la emisora.

Una última experiencia significativa, la realizaron las estudiantes Kandya Obezo Casseres, Dalia Orozco Ramos y Stefany Escandón Bernal (2009), presentado como requisito de grado para el título de Comunicador Social en la Universidad de Cartagena. Esta propuesta, cuyo título es Propuesta de diseño de una emisora escolar en la Institución Educativa Técnica de Pasacaballos, fue realizada en una institución que brinda la educación con enfoque diferencial (étnico, específicamente), al igual que la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó. Con ella se buscó promover los encuentros e intercambios culturales y de conocimiento entre las distintas poblaciones de la IETP, para así mejorar los flujos de comunicación al interior de la institución. En ese sentido, surge como respuesta a la necesidad de articular los diferentes programas de formación pedagógica y la falta de un proyecto capaz de integrarlos y generar interés en los estudiantes, esto se pudo evidenciar después del análisis situacional y la realización de diferentes entrevistas a docentes y estudiantes. El resultado de este proyecto fue positivo, pues se logró despertar interés y la motivación de los estudiantes para que se incluyeran en actividades formativas distintas a las del modelo pedagógico tradicional de la institución, diseñando la emisora escolar de su propio centro educativo.

## **2.2 Referentes conceptuales**

### **2.2.1 Comunicación, medios y desarrollo.**

Comunicación viene del vocablo *Communis* que significa común, habitual, compartido, de lo cual podemos asumir que implica una interacción y participación. Sin ese todo, el grupo de participantes, no sería posible la comunicación. Cabe resaltar que, si bien existen distintas posturas o teorías de la comunicación, la noción dominante tiende a entenderla como un proceso donde existe un emisor y un destinatario, de roles intercambiables. En la actualidad, incluso

organizaciones multilaterales como la UNESCO en sus Indicadores de Cultura para el desarrollo la definen como un “intercambio de ideas, mensajes e información. Puede revestir formas diversas y recurrir tanto a medios de comunicación social tradicionales (radio y televisión, por ejemplo) como a medios más modernos (internet, entre otros)” (UNESCO, 2014, p. 118). En ese sentido, es gracias a esta transacción de locuciones que los individuos pueden informarse, fortalecer su capacidad de innovación y compartir todo lo aprendido con sus congéneres. Sin embargo, esto es reducir la comunicación a los medios y transmisión de información.

Justo después de la segunda guerra mundial, se juntan definiciones de la comunicación con nociones de desarrollo difundidas por los países hegemónicos. Ramiro Beltrán (Onda Local de Andalucía TV, 2015) caracteriza estas miradas de la siguiente forma: la primera fue la **comunicación para el desarrollo** propuesta por la USAID [en términos de Beltrán], la cual consistía en la provisión de información para la asistencia técnica a los países subdesarrollados, en los campos de la agricultura, sanidad y educación. La segunda fue la **comunicación de desarrollo**, esta consistía en propiciar un ambiente para que se diera el desarrollo con la idea principal de que el desarrollo es bueno, también propuesta por la misma USAID.

Estas teorías de la comunicación fueron puestas en cuestión por las comunidades latinoamericanas, influenciadas por una corriente crítica a los países desarrollados. Es así como surgen las llamadas teorías de la dependencia que hacían énfasis en la relación de subordinación entre el centro (político, económico, cultural, académico, entre otros) y la periferia. En ese contexto surge, todo según Beltrán (Onda Local de Andalucía TV, 2015), la **comunicación alternativa para el desarrollo democrático**, una comunicación que vincula el sentir y pensar de

las comunidades objeto de estudio para el desarrollo. Este último paradigma de la comunicación nace por el olvido y desatención que se le ha dado al sentido inicial de la comunicación, y lo hace rescatando su base ética, participativa y dialógica.

Algo parecido plantea Alfonso Gumucio (2011, p. 19), quien indica que, posterior a la Segunda Guerra Mundial, hay dos corrientes paralelas en lo que refiere a la comunicación aplicada al desarrollo económico y social: una que pretende la expansión del capital incluyendo a las poblaciones marginadas en los mercados globales, inspirada en las técnicas utilizadas por el gobierno de los EE. UU., y otra que acompaña las luchas de los movimientos sociales con el interés de ampliar los horizontes de justicia social en el Tercer mundo, influidas estas últimas por las corrientes de liberación en distintos ámbitos de la vida social a mediados del siglo pasado. Una muestra de esta última postura podemos leerla en el prólogo escrito por Orlando Fals Borda para un libro de Arturo Escobar (2007, p.7):

“Confrontar el desarrollo” –no aceptarlo de rutina como la panacea del punto IV propuesto por el presidente Harry Truman en 1949– es una necesidad vital para nosotros los del mundo dependiente. Vital, porque en ello se juegan la autonomía, la personalidad y la cultura, las bases productivas y la visión del mundo que nos han dado el hábito de vida como seres humanos y pueblos dignos de respeto y de un mejor futuro.

De esta última postura, surgen las iniciativas de radiodifusión denominadas comunitarias. No obstante, la radio ha jugado un papel fundamental en la incursión de los discursos del desarrollo. Incluso, mucho antes de que se hablara de desarrollo, la radio ya hacía parte y fortalecía grupos

sociales en el mundo, como en el caso de la Emisora KDKA en 1920 (Arnedo, 2011. Pag 145). Hasta 1940, las emisoras que iban surgiendo empezaron a contar historias (radio novelas, noticias, cómicos, dramas, entre otras) con las que se recreaban aspectos de la vida cotidiana y, en ese orden de ideas, se constituyó como un medio que posibilitaba la reproducción de los valores de las comunidades receptoras.

Durante esa época se comienza a gestar la creación de nuevas emisoras, todas con el objetivo de fortalecer y enriquecer la cultura de cada región, concibiéndose al medio como una oportunidad para transmitir valores propios de cada comunidad. Las posibilidades de encuentro con la gente se constituían en el logro más importante (Arnedo, 2011, Pág. 9).

Por esa misma trayectoria se piensa en la radio en íntima relación con el cambio social, ya que, como señala la profesora Bertha Arnedo Redondo, con la llegada del “desarrollo”, los países empezaron una competencia por moldear los estilos de vida de las personas, intentando generar condiciones para ajustarse a los estándares del desarrollo establecidos en el discurso de Truman (1949):

Fue a partir de la década de los cuarenta, con el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial y después de sus innegables estragos, que desde el plano económico y político se comenzó a abordar el concepto de comunicación para el desarrollo, en los años cincuenta, vista desde la teoría de la modernización como la latente necesidad de llevar información a comunidades que carecían de ella y de las tecnologías. Esto, como una manera de conquistar nuevos mercados y de “llevar innovación y desarrollo” a los países subdesarrollados, a través de procesos de información y no de comunicación como tal (Arnedo, 2011, Pág. 145).

### **2.2.2 Radio y cambio social.**

De cualquier modo, sólo hasta finales de la segunda guerra mundial, asoma un tipo de emisoras más cercanas a las primeras, que integran una especie de crítica al modelo capitalista y poco incluyente. Es el caso de Radio Sutatenza (1947), una emisora católica en Colombia que, aunque su principal interés era llegar a los feligreses, también se encargaba de llevar la alfabetización a los hogares donde sólo se podía llegar después de días de viaje en mula. En paralelo, hay que mencionar la importancia de las Radios mineras de Bolivia (1949) las cuales surgen para solucionar los problemas de comunicación de las comunidades obreras transmitiendo en su propia lengua y cultura. Estas emisoras fueron financiadas por los sindicatos obreros de Bolivia, tal como Federación Sindical de trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB).

En suma, donde hay gente puede y debe haber comunidad, nos recuerda José Ignacio López Vigil en su texto *¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?*, donde aclara, a propósito de estas emisoras precursoras, que estas no se definen como comunitarias por su cobertura, ni por su ubicación en el espectro de frecuencia, a veces ni siquiera por su propiedad, pues, estas tienen que ver más con su objetivo, con su finalidad: enriquecer la opinión pública, fortalecer las relaciones sociales y transformar las condiciones de nuestros congéneres de manera favorable (López, 1995, p. 54). Es por ello que hay mucho interés respecto a las posibilidades transformadoras de este tipo de emisoras, en especial en el marco histórico de la llamada sociedad red. De esa idea ha hecho uso, por ejemplo, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, del cual uno de sus objetivos es “contribuir a la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales, así como a la promoción de toda iniciativa que

busque la paz, la amistad entre los pueblos, la democracia y el desarrollo” (Asociación Mundial de Radios Comunitarias, s. f). En ese sentido, ha entendido el contexto histórico en el que se desenvuelve, ya que en las últimas décadas dicha asociación ha colaborado con movimientos sociales para librar una enconada justa por la democratización del espectro radioelétrico (Asociación Mundial de Radios Comunitarias, 2011, p.12).

### **2.2.3 Marco legal.**

El Estado colombiano está obligado constitucionalmente a proteger el patrimonio cultural de la nación; procurará los mecanismos para readquirir los bienes culturales, los que conforman la identidad nacional, cuando estén en manos de particulares; y reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios, de acuerdo al artículo 72 de la Constitución política de Colombia. Por ello, dicho Estado ha dispensado un cúmulo de decretos, acuerdos, leyes, distintas normas, que buscan no sólo proteger la diversidad cultural de la nación, sino reproducirla y visibilizarla, pues ha sido reconocido por sus pares como un Estado pluriétnico y multicultural.

En principio, la radio comunitaria como fenómeno comunicacional importante, fue pieza clave en la aproximación de comunidades rurales a la instrucción, a acervos culturales alternativos y el reconocimiento de lo propio. Con ello, impulsó una práctica de desarrollo participativo y democrático, que respetaba las distintas culturas. Por esa razón, desde el inicio, fue empleada por los movimientos sociales, comunidades barriales y poblaciones étnicas de

manera reiterada; les permitía participar de los temas de conversación y proponer otros nuevos en la esfera pública.

En consecuencia, el Estado reconoció las emisoras comunitarias y vio allí una oportunidad para cumplir con sus obligaciones constitucionales. A continuación, presentamos algunas de las normas que regulan las actividades radiofónicas de las emisoras comunitarias (Arnedo, 2011; Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, 2019):

<b>Normas</b>	<b>Descripción</b>
Ley 70 de 1966:	Establece que los servicios de radiodifusión estarán orientados a difundir la cultura y afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana.
Ley 72 de 1989	Hace referencia a los principios que se deben adoptar y el régimen de concesión de licencias.
Decreto 1900 de 1990	Señala que las telecomunicaciones deben ser utilizadas en forma responsable para contribuir a la defensa de la democracia, la promoción de la participación de los colombianos en la vida de la Nación y la garantía de la dignidad humana y de otros derechos

	<p>fundamentales consagrados en la Constitución para asegurar la convivencia pacífica.</p>
Decreto 1446 de 1995:	<p>Estableció la clasificación del servicio de radiodifusión en Colombia de tres tipos: comercial, de interés público y comunitaria.</p>
Decreto 1021 de 1999:	<p>Plantea las formas de financiación de las emisoras comunitarias.</p>
Decreto 1981 de 2003:	<p>Contiene la reglamentación general de los radios comunitarios.</p>
Decreto 195 de 2005 (y su reglamentación a través de la Reglamenta el Decreto 195 de 2005):	<p>Por el cual se adopta límites de exposición de las personas a campos electromagnéticos, se adecuan procedimientos para la instalación de estaciones radioeléctricas y se dictan otras disposiciones.</p>
Decreto 2805 de 2008	<p>Por el presente decreto se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora que desarrolla los alcances, objetivos,</p>

	<p>fines y principios de dicho servicio público;</p> <p>las condiciones para su</p> <p>prestación; los derechos y obligaciones de</p> <p>los concesionarios; los criterios</p> <p>para la organización, encadenamiento y</p> <p>concesión del servicio.</p>
Decreto 4350 de 2009 (y su modificación en el Decreto 4995 de 2009):	<p>Por el cual se establece el régimen unificado de contraprestaciones, por concepto de concesiones, autorizaciones y permisos en materia de servicios de radiodifusión sonora y se dictan otras disposiciones.</p>
Decreto 4948 de 2009:	<p>Por el cual se reglamenta la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y el registro de TIC.</p>
Ley 1341 de 2009:	<p>Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones.</p>
Resolución 415 de 2010	<p>Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora, se</p>

	<b>clasifican las radiodifusoras</b> y se dictan otras disposiciones
--	--

### ***2.2.3.1 Una emisora educativa con interés comunitario.***

Al hablar de una emisora localizada en una institución educativa oficial, nos lleva inmediatamente a categorizarla como una emisora de interés público, dado que las instituciones educativas son entidades estatales. Por lo tanto, tales emisoras tienen la responsabilidad de difundir los valores culturales, símbolos patrios de la nación y servir al Estado como instrumento para cumplir sus obligaciones pedagógicas en la sociedad. La resolución 00415 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones define la radiodifusión sonora Interés Público a las estaciones radiales cuyas programaciones se orienten “a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, sin ánimo de lucro, a cargo y bajo la titularidad del Estado” (resolución número 00415 , 2010, art. 18).

Sin embargo, aun cuando una emisora pueda cumplir con los anteriores requisitos para ser clasificada como una radio de interés público, el hecho de estar inmersa en un contexto etnoeducativo exigiría repensarla en relación con el contexto biocultural inmediato. Por consiguiente, se busca vincular a la comunidad con el objetivo de, no solo visibilizar los contenidos científicos y emitir los contenidos del Estado hacia la comunidad de manera eficiente,

sino también dar voz a una multiplicidad de vivencias con saberes ancestrales y cosmovisiones valiosas para la construcción de una democracia participativa, que daría cuenta del ejercicio pleno de los derechos fundamentales como, por ejemplo, la libertad de expresión a una población marginada a lo largo de su historia.

En consecuencia, es adecuado que dicha emisora de interés público contenga una tendencia a “generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación **que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad** [negrita agregada por los autores], dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica” (resolución número 00415 , 2010, art. 18). En otras palabras, que dicha emisora, además de cumplir con las exigencias de las emisoras de interés público, tome como guía la finalidad y los contenidos de las emisoras comunitarias.

A simple vista, dicho sea de paso, la radio comunitaria y la de interés público pueden parecer muy similares, pero tienen desencuentros importantes que vale la pena señalar. Uno de ellos, puede que el más claro de todos, se encuentra en que las radios de interés público están a cargo del Estado y le sirven como canales de difusión con los ciudadanos, convirtiéndolas en un instrumento, en últimas, meramente informativo y de carácter Estatal que procura reproducir los valores e intereses de la nación. Ramírez, Díaz y Abadía (2015) explican al respecto:

Estas emisoras son responsabilidad de entidades públicas estatales de distinto orden. Los parámetros que deben guiar su funcionamiento van a depender tanto de

sus responsabilidades generales, derivadas del hecho de hacer presencia como parte del Estado en ese espacio público, así como de las características específicas de las entidades estatales a las cuales pertenecen (Ramírez, Díaz y Abadía, 2015, p. 36).

Dentro de la categoría de radiodifusión de interés público, se puede ubicar emisoras de la radio pública nacional de Colombia, emisoras de la fuerza pública, emisoras territoriales, emisoras educativas universitarias, emisoras para atención y prevención de desastres y las emisoras educativas. Estas últimas están al servicio del Estado y cumplen con esta destinación específica:

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 oficiales educativas en los niveles de básica primarias y media (resolución número 00415, 2010, art. 60).

Por otro lado, la radio comunitaria se destaca por la inclusión de las comunidades y grupos sociales inmersos en la sociedad. Reconoce que estos tienen la necesidad de dar a conocer sus ideas, costumbres y problemáticas, y los convierte en productores de sus propios contenidos. Así

posibilita que reafirmen su identidad e incentiva un comportamiento cívico y democrático dentro de la sociedad.

Las emisoras comunitarias surgen en un contexto histórico marcado por la ampliación de los referentes del ejercicio ciudadano y de la democracia, sumada a la necesidad de participación por parte de diversas comunidades y grupos sociales en el país, de acceder al escenario de lo público del cual hacen parte de manera significativa los medios de comunicación, y de esta manera, visibilizar sus problemáticas, identidades e intereses (Ramírez, Díaz y Abadía, 2015, p. 34).

#### ***2.2.3.2 Sobre la radiodifusión comunitaria en Colombia.***

Con la modernidad y las nuevas formas de difusión de información crece una notable necesidad en la sociedad colombiana, como lo es la comunicación entre el Gobierno de turno y la sociedad, es injustificable que hoy día las comunidades carezcan de medios a través de los cuales visibilicen sus necesidades, problemáticas e incluso sus características del folclor que la identifica y la diferencia de otra. Por lo tanto, el gobierno nacional en compromiso con los diferentes convenios internacionales a los que está suscrito y que tienen como objetivo principal, democratizar la comunicación, por lo tanto, se ha creado una política de radio difusión comunitaria.

La formulación de esta política busca dar cumplimiento a los acuerdos que Colombia ha suscrito con la comunidad internacional en lo concerniente a la democratización de las comunicaciones ciudadanas. Es así como esta política asume los compromisos, las

agendas y los planes de acción que se formularon en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información en Ginebra (2003) y Túnez (2005) respectivamente (MinTIC, 2007, Pág. 5).

Esta política tiene como objetivo o visión fundamental, expandir y fortalecer la democracia a través de la creación de espacios de participación ciudadana en cuanto a la gestión y toma de decisiones frente a los temas de política pública. *“El Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora contribuye a la ampliación y fortalecimiento de la democracia en Colombia y ejerce un papel importante de participación ciudadana en el espacio público”* (CONPES, Pag. 2, 2008).

Según la caracterización de las emisoras comunitarias en el territorio colombiano, realizada por el Consejo Nacional de Política Económica y Social encontramos el siguiente cuadro con las emisoras formalizadas dentro de la nación (CONPES, Pág. 4, 2008):

**Cuadro 1. Emisoras Comunitarias - Ministerio de Comunicaciones**

<b>Año de convocatoria</b>	<b>Comunidades organizadas participantes</b>	<b>Comunidades seleccionadas</b>	<b>Emisoras comunitarias formalizadas</b>
1995	1308	401	
1997	337	155	427
1997	11	8	
2004	460	224	107
2006	195	119	En trámite
2007	17	Pendiente evaluación	-
<b>Total</b>			<b>534</b>

## **2.2.4 Radios y comunidades étnicas.**

### ***2.2.4.1 Marco histórico en el que se creó a las comunidades negras como sujeto legal.***

Hasta 1993, en los territorios rurales del pacífico, en gran parte de la costa norte y demás asentamientos insulares, sólo existían campesinos para el Estado colombiano. Por tanto, “estaban necesitados, atrasados, y había que ‘redimirles’ con el ‘desarrollo’. Había que incorporarlos a la nación a través del mercado, y para ello se diseñaron varios proyectos de desarrollo. Se hablaba de transferencia de tecnología, de capacitación en conocimiento contable, de generar una racionalidad económica empresarial” (Restrepo, 2013, p. 14). ¿Cómo estas comunidades campesinas son reconocidas como un grupo étnico con unas configuraciones culturales distintas

al resto de la nación? En lo que sigue, vamos a abordar, de manera sucinta, el proceso de etnización del movimiento negros y la importancia de la ley 70 de 1993 en los procesos educativos.

Hubo mucha discusión al respecto del proceso de etnización, no sólo al interior del movimiento afrocolombiano en ese momento, sino también en la academia. Debido a ello, este proceso fue visto desde diferentes enfoques: desde quienes intentaban demostrar la continuidad del legado africano, en términos culturales y políticos; hasta quienes veían en él una “reestructuración de la arena política nacional y global donde la diferencia étnica se constituye como un recurso del capital político de actores” (Restrepo, 2013, p. 17).

De cualquier modo, Restrepo (2013, p. 20) menciona que la noción de grupo étnico, y con ello la idea de etnicidad, ha tenido un desarrollo en las últimas décadas. Ha pasado de (1) entenderse como sustento o sinónimo de la categoría de raza, donde todos los colombianos pueden reconocerse como negros, mestizos, blancos, entre otras, a (2) circunscribirse a comunidades tradicionales, que se ven a sí mismas como Otras frente a la civilización moderna occidental.

Después de una dilatada pugna administrativa que supuso, del giro al multiculturalismo de los Estados latinoamericanos y de la Constitución que reconoció por primera vez la pluriétnicidad de la nación colombiana, llega la ley 70 de 1993. Esta les confiere a las comunidades negras, sobre todo, (1) el derecho a la titulación colectiva en territorios baldíos, rurales o ribereños ocupados ancestralmente conforme a prácticas tradicionales de producción y, en todo el territorio nacional,

(2) la consecución de instrumentos administrativos enfocados en la conservación de una identidad cultural. En ese sentido, el Capítulo VI de dicha ley dicta que el estado colombiano debe garantizar el derecho de esas comunidades a crear sus propias instituciones de educación y [para lo que aquí interesa] de comunicación (art. 32), de tal modo que puedan participar plenamente del y en condiciones de igualdad en los asuntos públicos de la vida comunitaria y nacional (art. 36). Todo con el fin de conservar el sistema de valores tradicionales, promover el sentido de pertenencia y autonomía, vinculados a la realidad comunitaria. En últimas, construir comunidad.

#### ***2.2.4.2 Del desarrollo a la etnoeducación a través de la comunicación intercultural.***

Entre las perspectivas de desarrollo existe una que ayuda a entender dicho concepto desde una mirada más humana, pues no sólo se preocupa por las necesidades económico sociales de un actor social en específico, sino que hace énfasis en las relaciones sociales y de poder que estos tejen con los otros: el enfoque diferencial. Dicho enfoque parte de la imposibilidad que tienen los grupos poblacionales de gozar y ejercer sus derechos en igualdad real de condiciones. Por ello, procura “el diseño e implementación de programas sociales encaminados a lograr una mayor equidad entre los distintos grupos conformados, teniendo en cuenta características diferenciadoras, tales como género, edad, raza, étnica, condición de discapacidad, orientación política, religiosa, sexual, etc” (Gallo, Meneses y Minotta, 2017, p. 370). En ese sentido, la pedagogía no es ajena a este tipo de movimientos político-sociales y es por ello que ha integrado en su metodología un enfoque diferencial de derechos respecto a las poblaciones específicas.

La educación comprendida desde enfoque étnico procura la formación de sujetos y organizaciones con la capacidad tomar decisiones políticas, culturales o económicas que respeten

su dignidad, memoria ancestral e identidad. En consecuencia, se convierte en una herramienta de las minorías étnicas frente a los imaginarios hegemónicos, instituidos desde el etnocentrismo. El investigador Edizon Federido León dice al respecto:

la propuesta de la etnoeducación busca la construcción de lógicas y metodologías propias encaminadas a re-encontrarnos dentro de un marco histórico compuesto de rupturas y discontinuidades, pero también de encuentro y continuidades. Esta propuesta busca un re-encuentro con nuestros ancestros llenos de saberes y conocimientos que se encuentran en la memoria colectiva de nuestros pueblos” (León, 2018, p. 60).

En otras palabras, una aproximación a la educación desde un reconocimiento de las distintas etnias buscaría propiciar escenarios en los que los saberes de las comunidades podrían enriquecerse entre sí a través del diálogo, producir memorias propias, a la par que se consolida el sentido de pertenencia, y poner en crisis representaciones simbólicas posicionadas previamente. Es un proceso que trasciende lo estrictamente educativo e involucra las distintas aristas de lo cotidiano, hasta consolidarse como un plan de vida.

En ese sentido, la etnoeducación no es una preocupación sólo de los pueblos étnicos (**comunidades negras, aborígenes, las comunidades rom, entre otras**), sino de toda la **sociedad civil** porque contribuye al reconocimiento intercultural y, debido a que las visibiliza, alivia el malestar de las comunidades que han sido marginadas a lo largo de la historia. Es una apuesta. De nuevo, en voz del investigador León:

La manera como nosotros estamos pensando la etnoeducación no se reduce a un problema de contenidos, es decir, la mera incorporación en los pénsum de estudios de contenidos sobre la realidad de los pueblos negros; es plantearse nuevas metodologías, involucrar a la comunidad en el proceso educativo, restaurar la autoridad de los guardianes de la tradición y, sobre todo, pensar que este proceso debe llevarnos a formar seres autónomos. La etnoeducación no puede quedar reducida a la inclusión en el sistema nacional educativo; hay que pensarla con mayor proyección y dinámica política (León, 2018, p. 67).

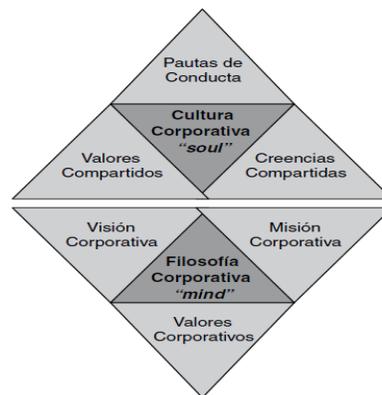
En suma, las radios fueron pioneras en proponer una idea de desarrollo al alcance de los menos favorecidos, con las comunidades siendo protagonistas del proceso. Por ende, existe una posibilidad de abarcar o consolidar el impacto de un proyecto etnoeducativo a través de estos medios de comunicación masiva. Sin embargo, dicho impacto en el campo etnoeducativo sería más contundente, para lo que aquí comporta, si la emisora no ignora las virtudes del trabajo sobre una filosofía corporativa y, por extensión, una identidad corporativa definida.

### **2.2.5 Sobre filosofía corporativa**

La razón más frecuente por la que nos identificamos con una compañía es por el comportamiento habitual que esta organización tiene y las imágenes que inspira. Cuando estos

elementos son asociados a cualidades (vicios y virtudes) con los que las personas nos relacionamos a diario, se produce la personalización de una corporación específica. Debido a esa personalización, no es descabellado hablar de una identidad corporativa y, por el contrario, se recomienda racionalizar la comunicación dentro de una organización porque, al igual que con una persona, esta emite información que va más allá de lo estrictamente lingüístico.

Con lo anterior en mente, Paul Capriotti (2009) plantea que todos los autores que se refieren a identidad corporativa tienden a separarlo en dos componentes: Cultura corporativa y Filosofía corporativa.



Tomado de Branding corporativo (capriotti, 2009).

En la Cultura corporativa, Capriotti (2009) explica que las creencias son las presunciones asumidas por la organización, los valores son el conjunto de principios compartidos por los miembros de la organización en la vida cotidiana y las pautas son modelos de comportamiento observables en un grupo amplio de miembros. Por su parte, en la Filosofía corporativa, la misión es definición de la organización, la visión es la ambición o el reto de la organización y los valores centrales son el “cómo hace” la organización sus actividades o negocios (vea todos los elementos en el gráfico anterior).

La filosofía corporativa, que en este caso es definida de manera colaborativa, guiará las acciones de la empresa y dará luces para la autoevaluación. Capriotti (2009, p. 139) señala los siguientes beneficios de establecer una filosofía clara:

- Establece el ámbito de negocio de la organización y define sus límites.
- Señala los objetivos finales y globales de la organización.
- Favorece la elaboración de la estrategia de la entidad.
- Establece las pautas básicas de actuación de la organización y de sus miembros.
- Facilita la evaluación de la actuación de la entidad y de sus miembros.
- Facilita la labor de las personas implicadas en la Comunicación Corporativa, ya que sienta las bases de la estrategia global de comunicación de la organización y los contenidos claves de los mensajes corporativos.

No obstante, dicha filosofía, según Capriotti (2009), debe estar condicionada a la estructura de la organización. Por ello, sugiere que se le entienda desde este binomio: filosofía corporativa descentralizada y filosofía corporativa descentralizada. La distinción está en cuán concreto o genérico sea dispuesta la misión, visión y valores centrales.

En ese sentido, podemos ilustrarlo así: el primero establece “unas líneas directrices básicas para todos sus miembros, lo cual redundaría en unas actuaciones comunes y daría la idea de una entidad unificada” (Capriotti, 2009, p. 143). Es el caso de empresas con una personalidad definida, sucursales y oficinas. Y en el segundo, caso fija “unos valores y unos principios genéricos de actuación para todo el grupo, pero que, al mismo tiempo, cada una de las divisiones o unidades de negocio pueda disponer de una filosofía corporativa propia y diferenciada, que respete su propia personalidad, sus características y actividades propias” (Capriotti, 2009, p.

143). Es el caso de multinacionales que contienen empresas dispares entre sí en su estructura organizativa.

En suma, todo lo mencionado hasta aquí indica que la identidad no sólo refiere a su dimensión estrictamente organizativa o estrictamente gráfica. De ahí que, pensamos que desde la comunicación podemos, en principio, realizar un abordaje que propicie la distinción de unos símbolos corporativos y, luego, diseñar una filosofía corporativa centralizada que le de sentido al comportamiento futuro de la organización. Así iniciaremos a crear valor en torno a los activos intangibles (marca) de una futura emisora que propugne el fortalecimiento de la identidad bocachiquera, atendiendo a su cultura e idiosincrasia.

### **3. Metodología**

#### **3.1 Tipo de investigación**

Este proyecto tiene el interés de vincular la educación y la comunicación de manera que posibilite la interacción directa entre los ejecutores de dicho proyecto y la comunidad escolar de la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó para obtener información que permita el diseño de la identidad corporativa y gráfica de una radio escolar que incluya contenidos aprovechando la riqueza cultural propia del territorio. Por lo tanto, nuestra metodología se nutre de los principios del paradigma cualitativo.

En su forma investigativa, este consiste, según Bonilla & Rodríguez (1997), en la recolección y sistematización de conocimiento, significados, actitudes e interpretaciones sobre determinada realidad social o situación problema siempre que estos sean compartidos entre grupo sujeto de estudio, en otras palabras, sólo los patrones culturales deben ser recogidos en los resultados de la investigación. Además, las autoras antes mencionadas plantean que, en esta forma de investigar, hay que asumir que la realidad social investigada es un producto histórico, o sea, validada y transformada por los mismos informantes. Por tanto, en cuanto a la relación entre el investigador y el informante, es preciso el diálogo permanente y la interacción entre el investigador y el sujeto de estudio, para obtener información mientras el sujeto continúa el desarrollo habitual de su sistema de vivencias.

En ese orden de ideas, la flexibilidad de los métodos cualitativos se hace evidente. Inician siempre partiendo de lo fáctico, de hechos específicos, y es en el transcurso de la investigación cuando procuran una teoría que lo consolide. Puesto que la realidad es cambiante, dicha forma de investigar, busca situar los fenómenos en los contextos históricos y semánticos (por el

significado que le dan las personas) en los que se desarrolla. Esto exige que el investigador “organice, los examine, los contraste y los evalúe continuamente con informantes confiables y que esté dispuesto a reorientar la investigación cuando las observaciones ya ponderadas así lo indiquen” (Bonilla & Rodríguez, 1997, p. 53).

No obstante lo anterior, la flexibilidad metodológica no significa poca rigurosidad en la investigación, ya que, como menciona Ramírez y Zwerg (2012), tiene sus propios criterios validez como la credibilidad, transferibilidad, consistencia interna, fiabilidad y significancia.

Expone:

En una investigación de tipo cualitativo se persigue coherencia en sus resultados y también la posibilidad de soportarlos en evidencia empírica, brinda la posibilidad de trascender de la casuística a conocimientos un poco más generales pero no necesariamente universales ni en atención a leyes o determinismos, examina y separa los factores accidentales o contextuales que pueden afectar los resultados, existe consciencia epistemológica y de que los rasgos ideológicos no afecten o parcialicen la interpretación, se pretende captar el sentido y el significado, lo simbólico y la intersubjetividad (Ramírez y Zwerg, 2012, p. 99).

Por todo lo aludido hasta aquí, dicho en otras palabras, nosotros pretendemos entender a qué se refieren y cómo imaginan los estudiantes de 10-A y 11-A de la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó una emisora escolar con enfoque etnoeducativo, conocer sus deseos, inquietudes, aportes y críticas.

### **3.2 Escenario de trabajo y sujetos participantes.**

La Institución Educativa Domingo Benkos Biohó es un centro etnoeducativo ubicado en el corregimiento insular de Bocachica, enmarcado en el proceso de acción afirmativa para las comunidades negras, donde asiste una población estudiantil de aproximadamente 1200 estudiantes, 577 mujeres y 630 hombres, en jornada diurna, vespertina y nocturna. De los cuales decidimos trabajar con los grupos 10°- A y 11°-A, conformadas por 34 personas en el primero y 35 en el segundo.

No obstante, gracias a la información recolectada a través de *entrevistas informales conversacionales* (ver Anexo 1) a las estudiantes Aydé Sofía Perriñán Julio y Alexáandra Castro (comunicación personal, 05 de octubre de 2018), también por sugerencia del Rector (Fidel Castro Padilla, comunicación personal, 10 de octubre de 2018) y la psicóloga (Astrid Carolina Jaraba Silva, comunicación personal, 26 octubre de 2018), decidimos trabajar con 20 estudiantes por grupo (40 educandos de ambos cursos) para no interrumpir la dinámica académica de la institución; aun cuando en el transcurso más estudiantes se integraron al proceso de manera voluntaria, consensuada por los profesores. Dicha población constituye el semillero con el que iniciamos en este camino hacia el diseño de una emisora escolar con enfoque etnoeducativo.

### **3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información**

Se emplearon distintas técnicas (ver Anexos) en la recolección de información necesaria para el diseño de esta propuesta de identidad corporativa y gráfica para una emisora escolar en el corregimiento insular de Bocachica.

En principio, hicimos una revisión documental entendida en los términos de Ramírez y Zwerg: “se sirven de datos extraídos a partir del análisis, revisión e interpretación de documentos que aportan información relevante para la comprensión del fenómeno” (Ramírez y Zwerg, 2012, p. 100). En torno a Bocachica, revisamos: su Plan de etnodesarrollo, el reglamento interno del Consejo Comunitario, distintos informes, ensayos, entre otros.

Luego, hicimos una *entrevista informal conversacional* (ver Anexo 1) ma las estudiantes Aydé Sofía Perinián Julio y Alexándra Castro (comunicación personal, 05 de octubre de 2018), con el ánimo de explorar ampliamente las inquietudes respecto a nuestro proyecto y procurando establecer vínculos de confianza con nuestros coinvestigadores, los estudiantes. Con este instrumento para la recolección de información, como mencionan Bonilla & Rodríguez, “no se espera obtener información sistemática, sino por el contrario captar el margen de variabilidad de la información que reportan las personas” (1997, p. 96). Así pudimos identificar a los grupos de décimo A y undécimo A como nuestra población sujeto de estudio, debido a la actitud participativa de estos, reconocida por los distintos actores que componen la comunidad escolar. Asimismo, realizamos una *entrevista semiestructurada* (ver Anexo 1) al Rector (Fidel Castro Padilla, comunicación personal, 10 de octubre de 2018) y otra la psicóloga (Astrid Carolina Jaraba Silva, comunicación personal, 26 octubre de 2018). Esta técnica propone un “conjunto de tópicos que deben abordarse con los entrevistados y aunque el entrevistador es libre de formular o dirigir las preguntas de la manera en la que crea conveniente, debe tratar los mismos temas con todas las personas y garantizar que se recolecte la misma información” (Bonilla & Rodríguez, 1997, p. 96).

Posteriormente, gestionamos *grupos focales* con estudiantes de los grados 10-A y 11-A debido al interés de crear colectivamente la identidad de dicha emisora, incluyendo la discusión y la proposición como actitudes importantes en dicha construcción. Haciendo uso de esta técnica aprovechamos su mayor ventaja: “chequear la validez [o la representatividad]<sup>1</sup> de la información, en el mismo momento en que se va recolectando” (Bonilla & Rodríguez, 1997, p. 117). Que permite hacer una recolección más ágil de la información.

A continuación, efectuamos *talleres investigativos* (ver Anexo 1) sólo para recoger información necesaria para formular una filosofía organizacional y un manual de identidad gráfica de la futura emisora. Así, los días 16 y 26 de octubre del 2018, hicimos a los estudiantes formar grupos de aproximadamente 6 estudiantes, dibujaron y expusieron cartelera a través de los cuáles expresaron cómo imaginaban la emisora y cuál debía ser su filosofía organizacional. Esta última técnica tiene muchas similitudes a los grupos focales, sin embargo esta puede funcionar, según Alberto Quintana (2006), como una técnica de recolección de información, de análisis e inclusive de planeación. En su voz:

Brinda la posibilidad de abordar, desde una perspectiva integral y participativa, problemáticas sociales que requieren algún cambio o desarrollo. Esto incluye partir del diagnóstico de tales situaciones, pasando por la identificación y valoración de alternativas viables de acción, hasta la definición y formulación de un plan específico de cambio o desarrollo (Quintana, 2006, p. 72).

Esto buscaba una recolección de información mediante una didáctica más entretenida para los jóvenes.

---

<sup>1</sup> La información contenida en los corchetes es ingresados por nosotros.

Por último, hicimos una valoración de la información disponible hasta el momento a través de una matriz *FODA*. Dicha técnica es un diagnóstico situacional que brinda elementos para una evaluación de la organización y su entorno. Esto fue una valoración inicial, pues lo ideal es que sea un proceso constante o, cuando menos, un diagnóstico que se realice con una imagen corporativa consolidada para luego analizar los escenarios estratégicos.

#### 4. Resultados

Una vez aplicadas las técnicas descritas en el capítulo anterior, se obtuvo la presente información de la población seleccionada, requerida para la consecución de los objetivos estratégicos.

##### 4.1 Contexto etnocultural y filosofía corporativa

###### 4.1.1 Resultados de las entrevistas informales conversacionales y semiestructuradas

En la siguiente tabla presentaremos la información que se recolectó en las entrevistas realizadas en este proyecto y las relacionaremos con los objetivos estratégicos para entender con esta técnica cómo imaginan la radio dos personas del cuerpo administrativo de la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó.

	Fidel Castro Padilla (comunicación personal, 10 de octubre de 2018)	Astrid Jaraba Silva, (comunicación personal, 26 octubre de 2018)	Aydé Sofía Perriñán Julio y Alexándra Castro (comunicación personal, 05 de octubre de 2018)
Objetivo estratégico número 1. (Contexto)	El pueblo gira alrededor de la institución educativa. Todavía hay negros que no se aceptan como tal. Hay una invasión del territorio por actores foráneos.	Existen una diversidad de problemáticas que afectan a los estudiantes. Por ejemplo: alrededor de 7 chicas quedaron en embarazo en este año. Chicos que consumen	

	<p>Hay una emisora en Bocachica que inició con altoparlante y ahora transmite a través de la radio difusión. No contiene aspectos referentes a la etnoeducación, pero sí informa.</p> <p>En cuanto a la etnoeducación, en la institución se habla sobre identidad, sobre territorio, cultura ancestral, memoria histórica, el proceso de colonización, cuáles son las luchas que debemos dar, se habla sobre dignidad, sobre inclusión.</p>	<p>sustancias psicoactivas.</p> <p>Muchas familias desestructuradas, muchas están en Panamá, otras están en San Andrés y, entonces, están a cargo de los niños las abuelas, de una tía. Cierta población aún no se reconoce como afro y se avergüenza de ello, sin embargo se ha trabajado para cambiarlo con actividades de rescate de las tradiciones etnoculturales.</p>	
--	---	---	--

	<p>La institución tiene alianzas estratégicas con distintas organizaciones.</p> <p>Por ejemplo: Puerto Bahía, Fundación Mamonal, con todas las empresas que han tenido que ver con los dragados.</p> <p>Además, tenemos buenas relaciones con la Junta Directiva del Consejo Comunitario.</p>		
<p>Objetivo estratégico número 2. (Filosofía organizacional)</p>	<p>Lo primero es que se convierta en un medio para la comunidad académica. Sin embargo, una emisora escolar que se proyecte a la comunidad, una emisora que difunda contenidos etnoeducativos y que genere discusiones</p>	<p>Mucho de los proyectos escolares que se han generado pretenden rescatar lo tradicional. Que a través de la emisora no sólo escuchen [la comunidad boachiquera] champeta, sino que se puedan conocer las actividades que se hacen</p>	<p>Un espacio que entretenga y que haga distinto cada receso intermedio de clases.</p>

	<p>alrededor de la reafirmación de la cultura e identidad, nuestra memoria histórica, nuestros los valores ancestrales; sin perder de vista que hay situaciones modernas con las cuales tenemos que convivir. Y que presente cuáles son esas culturas que se tienen que preservar. Destacar destrezas y cualidades, más allá de la danza y la música folclórica, buscando que nos reconozcan, no sólo por nuestros valores ancestrales, sino por nuestra participación en la vida nacional.</p>	<p>en la institución, puedan expresar sus sentires, hacer lecturas de situaciones reales del territorio, que se reconozcan en personajes destacados del mismo territorio.</p> <p>La emisora debe visibilizar y articularse a los proyectos que se hacen dentro de la institución educativa como Filminuto y Moviltízate.</p> <p>Informar de intervenciones, planes, campañas y proyectos que se llevan a cabo en Bocachica como, por ejemplo, el de la protección costera.</p>	
--	---	--	--

	Que aborde la cuestión crítica en la que está el territorio por la invasión de foráneos.	Debe haber varios enfoques: que tenga noticias, entrevistas culturales, que tenga mensajes de prevención de riesgos psicosociales, entre otros. Que sea integral.	
Objetivo estratégico número 3. (Manual de identidad gráfica)			Algo que la gente de acá vea y se identifique enseguida.

Debido a un inconveniente informático, el archivo con la entrevista a las estudiantes Aydé Sofía Perrián Julio y Alexándra Castro (comunicación personal, 05 de octubre de 2018) se extravió.

#### **4.1.2 Resultados de ejercicio de grupo focal y taller investigativo**

Estas técnicas se emplearon sólo para recoger información necesaria para formular una filosofía organizacional y un manual de identidad gráfica de la futura emisora. En los encuentros del 16 y del 26 de octubre del 2018, lo estudiantes trabajaron en torno a la identidad corporativa

y gráfica y el 19 de octubre del mismo año nos concentramos en trabajar sobre una filosofía organizacional.

En ese orden de ideas, en los dos primeros encuentros (16 y 26 de octubre del 2018), se realizaron talleres donde los estudiantes, formados en grupos de aproximadamente 6 estudiantes, dibujaron y expusieron cartelera a través de los cuáles expresaban cómo imaginaban la emisora y cuál debía ser su filosofía organizacional. Esto buscaba una recolección de información mediante una didáctica más entretenida para los jóvenes. Por su parte, el 19 de octubre sólo se trabajó a través de grupos focales buscando construir la filosofía organizacional. Cabe mencionar que ese día se presentó una anomalía académica por el corte del fluido eléctrico que aceleró la jornada escolar. Encima, los profesores que tenían asignados ambos cursos no impartieron clase por lo que cuando llegamos, los grupos ya se había dispersado.

En ese sentido, de los encuentros realizados el 16 y el 26 de octubre del mencionado año, pudimos encontrar los siguientes patrones culturales en la información recogida:

- Todos entienden la radio en mayor medida como la transmisión de música y, un poco menos, como la divulgación de noticias; sólo un grupo se aventuró a plantearlo como la circulación de historias ocurridas en la cotidianidad.
- Imaginan una radio transmediática, es decir, que se vale de diferentes medios para emitir un mismo mensaje. Incluso, transmitiendo en vivo. Podría presentarseles, como alternativa, iniciativas crossmedia.
- En los nombres, hacen alusión a dos imaginarios fundamentalmente: el primero hace referencia a la idea de la radiodifusión y el segundo a la imagen del trópico, del caribe y, por extensión, al cimarronaje; inclusive la misma institución educativa alude a la figura histórica de Domingo Benkos Biohó.

- Intuimos en el interés que tienen por “mencionar historias de los que cumplen años ese día —en voz de varias niñas presentes— contadas por las familias” la pretensión de ser reconocidos como personas o individuos particulares, sin desconocer caracterizaciones colectivistas como afrodescendientes. En ese sentido, no estaría muy lejos de su interés proponer contar sus propias historias del aula: ¿a qué se dedican? ¿Qué les gusta?
- Insisten mucho en abrir un espacio de opinión.
- Entienden lo multicultural, no obstante, al momento de pensarlo desde el territorio, lo vinculan mucho a la dimensión religiosa. Parten de la visibilización de las distintas organizaciones religiosas y la integración de distintas cosmovisiones. “Mundanos, cristianos, todos”, repetían varios grupos. Manifiestan que las distintas comunidades de culto son autoridad dentro del territorio.
- Fuerte proyección social al territorio al territorio bocachiquero con contenidos cautivadores y con evaluaciones periódicas (buzón de sugerencias) por parte del público objetivo.
- Los estudiantes desean de la participación activa de ciertos elementos importantes dentro de la estructura organizativa de la institución educativa.

No obstante, lo anterior, enseñamos a continuación las propuestas de emisoras radiales (y sus características) que los estudiantes realizaron en los grupos de aproximadamente 6 personas (ver Anexo 3). Estuvo lugar antes de colaborativamente determináramos una única propuesta de identidad corporativa. Lo mencionamos, pues, consideramos que cada propuesta, realizadas desde diferentes perspectivas, tuvo una contribución significativa para definir el carácter de la emisora.



#### ✚ Emisora Institucional de Bocachica:

- Dentro de la comunidad académica, hacer énfasis en los estudiantes.
- Privilegiar las expresiones artísticas como la música y el baile, tanto los típicos y tradicionales como modernas formas de expresión de los cuerpos afro en el mundo, en los contenidos de la emisora. Producir dichas muestras artísticas y emitirlas. Por ejemplo: producir música de los estudiantes y difundirla.
- Ampliar el grupo de trabajo dentro la emisora (semillero) desde sexto grado hasta undécimo y no sólo los dos últimos cursos.

#### ✚ Emisora Multicultural:

- Brindar información de las diferentes culturas del mundo y relacionarlas o compararlas con las prácticas culturales y saberes ancestrales conservados en el territorio insular de Tierra Bomba.
- Dar cabida a la creatividad y la libertad en las iniciativas que deseen emprenderse en la emisora. Imaginarlo como un espacio de experimentación para los estudiantes.

#### ✚ Emisora social y cautivadora:

- Ofrecer un espacio de opinión y crítica a la comunidad estudiantil.
- Privilegiar la figura del locutor como eje de toda la parrilla de contenidos.
- Brindar información útil al desarrollo de la actividad académica en el transcurso de la jornada.

#### ✚ Radio Benkos:

- Hacer eventos que convoquen a la comunidad académica en torno a sus propias necesidades. Serviría tanto de difusora y promotora como de organizadora de dichos eventos. Por ejemplo: foros, concursos, entre otros.
- Realizar trabajo periodístico al interior de la comunidad bocachiquera para vigilar el funcionamiento que están teniendo las distintas instituciones y organizaciones sociales en el territorio.
- Incursionar en contenidos para la web.

#### ✚ Tropybenkos:

- Darle voz a la comunidad de Bocachica. Que puedan contar sus historias, en especial los ancianos, y exponer problemáticas de interés común. Tendientes al reconocimiento de la historia social del territorio.
- Una dinámica de parrilla complementaria: producir contenidos para el colegio y para la comunidad. Una emisora con diferentes modos: 1. cableado directo, donde se habla desde un micrófono conectado a unos parlantes. 2. radiofrecuencia, donde se emiten contenidos para la comunidad. 3. Contenidos para la web.

#### **4.1.3 Una emisora escolar con enfoque etnoeducativo tendiente a lo comunitario**

En este punto, ya hemos podido advertir la necesidad expuesta por las fuentes entrevistadas de rodear la identidad corporativa de la emisora escolar con cotidianidad del Consejo Comunitario y su contexto etnocultural e histórico. A eso hemos decidido llamarle **una emisora escolar con enfoque etnoeducativo tendiente a lo comunitario**.

Atendiendo a las necesidades, deseos e inquietudes descritas hasta el momento, hemos sugerido que la radio Benko Estéreo deberá ser una propuesta omnímoda. Es decir, hará uso de distintas estrategias para difundir los contenidos atendiendo a las Transformaciones de la radio en la sociedad de la información o sociedad red (Asociación Mundial de Radios Comunitarias, 2011, p.7) y a las necesidades del público objetivo.

En ese orden de ideas, sería inadecuado plantear una única parrilla de programación que se reproduzca independientemente de la dinámica institucional y de los distintos espacios sociales de los públicos que escucharían dicha parrilla en simultáneo. Por tanto, Benko Estéreo comprenderá, en un futuro distante, un conjunto de parrillas complementarias entre sí, pensadas en función de determinado espacio. Por consiguiente, exponemos brevemente en qué consiste la

propuesta omnímoda de Benko Estéreo como emisora escolar con enfoque etnoeducativo tendiente a lo comunitario construida con la información recolectada de las fuentes del proyecto:

### **Intraescolar:**

- En medio de las clases, sólo se transmitirá información referente al desarrollo de la jornada académica, solicitudes y notificaciones varias, evitando interrumpir al máximo dicha jornada. Esto implica el uso de parlantes en las aulas de clase.
- En medio del descanso o receso, deben emitirse contenidos que comprendan las necesidades por las cuales se dispuso un espacio simbólico que llevase ese nombre (recreo o descanso), que tiendan más al disfrute o a la distensión: concursos, música, entre otros. Sin embargo, habrá contenidos comprimidos o radioclips que pretendan primordialmente contar historias breves y dar opiniones fundamentadas sobre algo.

### **Extraescolar:**

- Se harán contenidos para la web, aprovechando su interactividad. “Una radio que se vea”, como insistían los estudiantes. Se grabarán las emisiones y se emplearán distintos formatos más allá de la radiofonía. Por ejemplo: fanzines, podcast, entre otros. Todos los contenidos irán dirigidos a la comunidad bocachiquera en general.

- Se transmitirá a través de una frecuencia de radio a la comunidad en general. Los radialistas que operarán en la emisora lo harán en una jornada contraria a su jornada escolar.

### **Matriz FODA**

Es un diagnóstico situacional que brinda elementos para una evaluación de la organización y su entorno a partir de la información disponible.

<b>BENKO ESTÉREO</b>	
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay hábitos muy fuertes de escucha de radiodifusión comercial.</li> <li>• No hay personal calificado en la Institución Educativa Domingo Benkos Biohó para operar la emisora.</li> <li>• La Institución Educativa Domingo Benkos Biohó no cuenta con suficiente presupuesto para operar la emisora a largo plazo.</li> <li>• Falta de experiencia profesional en el área de la radiodifusión sonora.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sólo hay una emisora autoreconocida como comunitaria y esta no cuenta con una licencia de concesión.</li> <li>• Tiene buenas relaciones con instituciones cuya área de influencia está en el territorio y que podrían financiar el proyecto.</li> <li>• No hay otra emisora próxima que se plantee contenidos radiofónicos desde un enfoque etnocultural.</li> </ul>

<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con un grupo de apoyo profesional en distintas áreas de las comunicaciones dispuesto a colaborar con el proyecto.</li> <li>• Todos los miembros de Radio Benkos conocen las necesidades temáticas y narrativas de los Bocachiqueros.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desinterés en la recepción de los contenidos de la emisora por parte del público.</li> </ul>

#### **4.1.4 Filosofía organizacional de Benko estéreo**

##### **Misión:**

Benkos Stereo es una emisora escolar de principios comunitarios que busca visibilizar las prácticas culturales que se pueden reconocer dentro del territorio de Bocachica y la identidad ancestral suscrita a dicho territorio, generando interés y motivación hacia la comunidad escolar. Procuraremos ser un espacio para que los bocachiqueros podamos tejer las historias que reposan en nuestra memoria social e, incluso, imaginar nuestras propias historias.

##### **Visión:**

Radio Benkos será reconocida nacionalmente en el 2034 como una emisora escolar que ha contribuido de manera significativa al desarrollo integral de sus estudiantes miembros y a la comunidad escolar en general. Se dirigirá a ser un espacio cómodo y de expresión libre de todos los miembros del Consejo comunitario de Bocachica, en especial para los estudiantes, que

procurará, por un lado, el reconocimiento, la colaboración y el diálogo de saberes con grupos étnicos de otros territorios y, por otro lado, el registro de los usos y saberes ancestrales en el territorio y la creación de historias propias con ello.

**Slogan:** *¡Libre en expresiones!*

El slogan anterior refiere a la lucha por la libertad que han llevado a través de la historia las comunidades afrodescendientes y cómo esta lucha les ha forjado en el carácter necesario para expresarse como cuerpos autónomos. Además, a la convergencia de una gran diversidad de voces de distinta procedencia.

#### **4.2 Manual de identidad gráfica**

Un manual es una herramienta importante para organizar y reglamentar el uso de la imagen corporativa de manera homogénea, ya que las personas que lo vean crearán un índice de recordación de los elementos visuales que representa a la marca. El manual de identidad nos indica que los colores, logotipo y tipografías corporativos han de respetarse y permanecer uniformes, no admitiéndose los formatos y versiones distintos a los establecidos en los capítulos correspondientes del manual. En él, también se incluyen las aplicaciones de uso más común permitidas de la imagen corporativa. Los capítulos que encontramos en el manual adjunto a este trabajo son:

## Imagotipo de Benko Estéreo:

Se define específicamente la imagen, también se explican aspectos de forma y significado de los elementos, como tipografía, elementos y rasgos. Dentro de este punto hay otros aspectos que se explican. Por ejemplo: los usos incorrectos, se delimita el espacio entre el isotipo y otros elementos, también otras versiones del isotipo que deben ser usados en casos especiales, ya sea cuando la tonalidad del fondo sea similar a la del imasotipo o cause algún tipo de error visual.



El imagotipo consiste en dos micrófonos, un en frente del otro. Conversando. Lucen en la parte superior sus características peinados afros. El logo Benko Estéreo está ubicado de tal manera que pretenda ser el medio a través del que se comuniquen dichos cuerpos afro. En la parte superior del imagotipo las esquinas son pompas y en la inferior, al igual que en la fuente

del logo, son ligeramente puntiagudas para darles fuerza cuanto más se acerquen al suelo, al territorio.

El imagotipo en cuestión fue una propuesta elaborada por los investigadores a partir, primero, de modelos previos que los estudiantes nos habían presentado y, segundo, de las características reconocibles que los mismos plantearon para la identidad gráfica de la emisora.

## Tipografía:

En este apartado se escoge a Bebas como fuente definitiva en el imagotipo, también explica algunas variaciones de la misma, algunos usos para documentos oficiales.

### TIPOGRAFIA

El uso constante de nuestras tipografías corporativas refuerza la identidad de la emisora. La tipografía juega un papel fundamental en lo estético y que así pueda ser una forma de identificar la marca.

Bebas es la fuente utilizada en el imagotipo, será la única fuente utilizada para escribir BENKO ESTÉREO en imágenes para redes i/o publicidad. También podría aprovecharse para titulaciones de documentos oficiales o presentaciones digitales

Lato se utiliza para titulares y texto largos, como documentos, folletos o hojas de datos. Cuando es necesario enfatizar utilizamos el peso Bold.

### BEBAS

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS  
TUVWXYZ1234567890.

### BEBAS NEUE

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQR  
STUVWXYZ1234567890.

### LATO

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 .

### LATO BOLD

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp  
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx  
Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 .

### LATO LIGHT

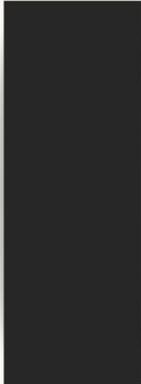
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 .

## Colores:

Se definen los colores representativos de la emisora con el código de cada uno de ellos, esto para que no se usen tonalidades distintas a las elegidas.

**COLORES CORPORATIVOS**

Los colores que los cubren el imago tipo son amarillo, rojo y negro. Pueden combinarse con otras paletas de colores siempre que alguno de los tres colores anteriormente mencionados prevalezca en el diseño. Representan el ímpetu del caribe: el sol, la sangre derramada por los esclavizados y lo étnico (afro).

		
RGB 252 191 5 HEX #fcbf05 CMYK 0 34 94 0	RGB 243 103 71 HEX #f36747 CMYK 0 80 70 0	RGB 39 39 39 HEX #272727 CMYK 83 81 71 57

Los colores que los cubren son negro, rojo y amarillo. Cuyos códigos HTML, expresados en el sistema de numeración hexadecimal, son #fcbf05 (amarillo), #f36747 (rojo) y #272727 (negro) respectivamente. Representan el ímpetu del caribe: el sol, la sangre derramada por los esclavizados y lo étnico (afro). Estos pueden combinarse con otras paletas de colores siempre que prevalezca alguno de los colores anteriormente mencionados.

## Variaciones del imago tipo:

Hay 4 variaciones, el oficial a color, el negro (uso especial), sobre un color sólido y sobre una imagen. También se explican cuestiones visuales como opacidad y tonalidad.



Versión a color



Versión negro. Uso especial



Sobre fondo de color



Sobre una imagen

## Redes sociales:

En este capítulo se definen pautas como, foto de perfil, portada y publicaciones en Facebook.

Además, se crea una guía para cuestiones de diseño (dimensiones).

### PUBLICACIÓN DE EVENTOS EN FACEBOOK

Los formatos para redes sociales combinarán los colores corporativos con las imágenes traseras.



Creamos una página en la red social Facebook como una forma para difundir, no sólo los contenidos creados en la radio escolar y la información impartida desde las directivas escolares, sino los distintos productos culturales que puedan existir. La página tiene como denominación Benko Estéreo, cuenta con más de 300 me gusta.



Benko Estéreo @benkoestereo

- Inicio
- Publicaciones
- Opiniones
- Videos
- Fotos
- Eventos
- Información
- Comunidad
- Empleo



Te gusta Siguiendo Compartir

Enviar mensaje

Crear publicación En vivo Evento Oferta Empleo

Escribe una publicación...

Foto/video Sentimiento/... Estoy aquí

Aún no tiene calificación

Tus páginas (solo visibles para ti)

Emisora Institución Educativa D...

### **4.3 Conclusiones**

En principio pudimos evidenciar la clara necesidad de esta población en términos comunicacionales, aislados del casco urbano de la ciudad tienen muy pocas posibilidades de hacerse escuchar, por lo tanto, pensamos que sería de suma importancia una intervención en el ámbito comunicacional, que buscaría en primera instancia, propiciar condiciones para la creación de una estación radial que genere contenidos con enfoque etnoeducativo en el territorio bocachiquero.

Al adentrarnos en la comunidad, hubo una gran disposición por parte de todos los actores que conforman toda la Institución Educativa Domingo Benkos Bioho pues eran conscientes de su necesidad. Por ejemplo: en la entrevista a Aydé Sofía Perinián Julio y Alexándra Castro (comunicación personal, 05 de octubre de 2018), ellas manifestaban que habían incluido el proyecto de emisora escolar en sus campañas a la personería estudiantil. Por ello, en principio, el proyecto fue viable. Y, debido a anomalías en el calendario académico, el trabajo se limitó a la construcción de la filosofía corporativa y un manual de identidad gráfica para dicho propósito. Por último, se recomienda continuar con el trabajo logrado esta plaza. Pues, este tipo de emisoras con enfoque etnoeducativo son inusuales en la ciudad y pueden llegar a resguardar gran parte de nuestro patrimonio cultural. En ese sentido, deben articularse los trabajos de grado de una cohorte con otra para que no se pierdan los espacios obtenidos.

## Bibliografía

Arnedo, B. (2011). *En la onda de la radio*. Cartagena de indias: Editorial universitaria.

*Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)*. (S. F.). Recuperado de:  
[http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?id=45&entidad=Agentes&html=1&fbclid=IwAR0n5HL0OfpVHVER6BTIEdiRT\\_JJh1of8DqoEtIw1H2XQplaSeKiNKf5C\\_4](http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?id=45&entidad=Agentes&html=1&fbclid=IwAR0n5HL0OfpVHVER6BTIEdiRT_JJh1of8DqoEtIw1H2XQplaSeKiNKf5C_4)

Ayola, C; Del Rosario, D; Munroe, S; Paternina, C.(2016) *Estrategia de comunicación- educación para potenciar el uso adecuado de la emisora escolar INENBOS*. Universidad de Cartagena, Cartagena D .T y C. En línea:  
<http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/4670/1/ESTRATEGIA%20DE%20COMUNICACI%C3%93N%20EDUCACI%C3%93N%20PARA%20LA%20EMISORA%20ESCOLAR%20INENBOS.%20.pdf>

Bonilla & Rodríguez. (1997). *La investigación en Ciencias Sociales. Más allá del dilema de los métodos*. Editorial Norma: Santaté de Bogotá, D. C.

Calderon J. & López D. (2011). *Orlando Fals Borda y la investigación acción participativa: aportes en el proceso de formación para la transformación*. Imen, Frisch y Stoppan (Ed.), I Encuentro hacia una Pedagogía Emancipatoria en Nuestra América. Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini.

Cartagena Cómo Vamos (2017). Informe de Calidad de Vida 2017. Recuperado de:  
<http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/ecv/>

Consejo Comunitario de Bocachica & FUNDEIPROS. (2016). *Plan etnodesarrollo: comunidad negra de Bocachica 2016-2030*.

Institución Educativa Domingo Benkos Biohó. (2007). *Proyecto Educativo Institucional: Bocachica distrito de Cartagena*.

Gallo, Meneses y Minotta. (2017). *Caracterización poblacional vista desde la perspectiva del desarrollo humano y el enfoque diferencial*. Revista Investigación & Desarrollo, Vol 22, Iss 2, Pp 360-401.

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. In: Comunicación, desarrollo y cambio social. *Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios.*, 1st ed. Bogotá D. C.: Amparo Cadavid B., p.19.

López, J. (1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria? *Revista Chasqui*. Volúmen 52, 51-54.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. (2019). Marco legal. Recuperado de: <https://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-9307.html>

Onda Local de Andalucía TV. (2015). *En memoria del comunicólogo y periodista Luis Ramiro Beltrán*. [Canal en Youtube]. Tomado de: <https://youtu.be/3LUP90ZfA4I>

Ortega, C. Trabajo de grado: La Radio Escolar en Andalucía. Universidad de Málaga, 2015. Base de datos Universidad de Cartagena: en línea. Pág. 5.

Nogales Gala, Manuel. Art. Educación audiovisual y radio escolar. Investigación en la escuela, 2000. Recuperado de:  
[http://www.investigacionenlaescuela.es/articulos/41/R41\\_7.pdf](http://www.investigacionenlaescuela.es/articulos/41/R41_7.pdf) pag1.

PITRE, F. (2013). *Etnoeducación Afrocolombiana Educación Intercultural Para Las Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras Escenarios posibles en el sistema educativo Colombiano*. Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-326662\\_archivo\\_pdf\\_Dia4\\_ETNOEDUCACION\\_AFROCOLOMBIANA.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-326662_archivo_pdf_Dia4_ETNOEDUCACION_AFROCOLOMBIANA.pdf)

Proyecto de emisora escolar. Institución Educativa Rosedal. Pastrana Abel, Frias Ismael. En línea:  
<http://www.colegiosminutodedios.co/rosedalcartagena/index.php/2014-07-28-01-23-38/proyecto-emisora-escolar>

Ramírez, Díaz y Abadía. (2015). Textos y Sentidos. *Calidad y convergencia de la radio de Interés Público y Comunitaria: Caso Departamento del Quindío, volumen 11*. 29-50. Recuperado de: <http://biblioteca.ucp.edu.co/OJS/index.php/textosysentidos/article/view/2603/2542>

Ramírez y Zwerg. (2012). *Metodología de la investigación: más que una receta*. AD-minister. Revista de la Escuela de Administración, volumen 20. 99-111. Recuperado de: <https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwj8l6OchtvgAhWm1lkKHYZVCzkQFjAAegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4044261.pdf&usg=AOvVaw3Nc8Ktf4goxv7rr-2jFDrU>

Restrepo, Eduardo. (2013). *Etnización de la negritud: La invención de las 'comunidades negras' como grupo étnico en Colombia*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca.

Rodríguez Cano, Gloria A. Proyecto de grado: Creación de una emisora escolar en la institución educativa Gonzalo Mejía Echeverri. Universidad Tecnológica de Pereira, 2010. Recuperado de: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/1925/3845443R173.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Silva, A. (2012). *Historia local de Bocachica*. Gráficas del Norte Ltda

UNESCO. (2014). *UNESCO Culture for Development Indicators: Methodology Manual*

## Anexos

### Anexo 1

#### **GUÍA DE ENTREVISTA A FIDEL CASTRO PADILLA (COMUNICACIÓN PERSONAL, 10 DE OCTUBRE DE 2018)**

Presentación: los tópicos que vamos a abordar son problemáticas sociales en la institución y en el territorio, situación etnocultural y finalidad de la emisora.

¿Quién es?

¿Cómo se imagina la emisora?

¿Cómo desearía que funcione la emisora?

¿Cuáles son los contenidos que se imparten en la etnoeducación?

¿Cómo cree usted que perciben la institución?

#### **GUÍA DE ENTREVISTA A ASTRID JARABA SILVA, (COMUNICACIÓN PERSONAL, 26 OCTUBRE DE 2018)**

Presentación: los tópicos que vamos a abordar son problemáticas sociales en la institución y en el territorio, situación etnocultural y finalidad de la emisora.

¿Quién es?

¿En qué consiste su trabajo en la institución?

¿Qué ha identificado en los estudiantes de la institución?

¿La población bocachiquera reconoce como afro?

¿Cree que en Bocachica lo etnocultural está débil o se ha fortalecido?

¿En qué cree que puede favorecer la emisora estudiantil a la institución?

¿Qué debe abordar la emisora?

## **GUÍA DE TALLER 26 OCTUBRE DE 2018**

Presentación: actividades y tiempos de cada una de las actividades del taller.

- Presentación. 5 min.
- 10 minutos pa' terminar la cartelera.  
5 minutos por grupo pa' exponerla (25 min.). Tomamos nota.
- 10 min. pa' compartir nuestras observaciones.
- Trabajamos una propuesta conjunta con la que ya habíamos pensando con el pequeño grupo. 30 minutos.
- Dramatizar la propuesta: dos grupos de 10 personas. 15 minutos pa' prepararlo. 20 pa' exponerlo.



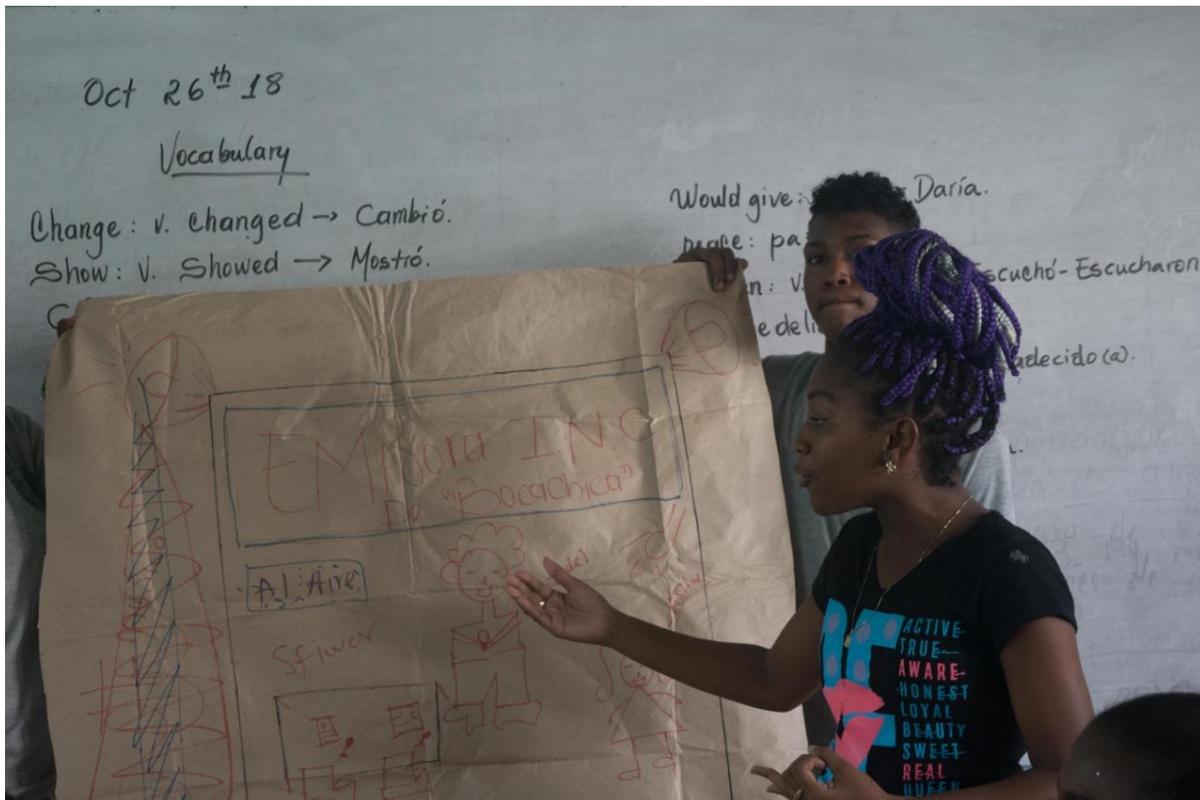
Rosana Vasquez Jaraba	11-A	<del>Pa</del>
Griselda Garcia Hurtado	10A	ca.
Luz helena villa de Avila	11-A	<del>ca.</del>
Melissa A. Quintana Languez	11-A	<del>Pa</del>
Bilano Esther de Avila Pacheco	10-A	ca.
Edin Jose de Avila barbaq	11-A	<del>Pa</del>
Chora Marcela Banios Castro	11-A	<del>Pa</del>
Karishna Esther Castro Maldonado	11-A	<del>Pa</del>
leoneia contreras de la Rosa	10-A	<del>Pa</del>
Charla Blanquicett Julio	11-A	<del>Pa</del>
Mandani Hernandez torres	10-A	<del>Pa</del>
Dorcelin Guentio Morales	10-A	<del>Pa</del>
Stimmar Julio Pacheco	10-A	<del>Pa</del>
Carlos Mano Penina Padilla	10-A	<del>Pa</del>
Nadith Yoana d'Avila seca	10-A	<del>Pa</del>
Marinello Torres cesar	10-A	<del>Pa</del>
Jose Francisco Herrera H.	10-A	<del>Pa</del>
Carlos Jose Julio Pevez	10-A	<del>Pa</del>
Alexandra Castro Sibat	11-A	<del>Pa</del>
Genaro Paez Silva Bonin	11-A	<del>Pa</del>
Wilfredo Otero Castro	10-A	<del>Pa</del>
Keissy Lorena Urruchurto	contreras	11A <del>Pa</del>
Aydee sofia Penina Julio	11-A	<del>Pa</del>

26 de octubre del 2018

### Anexo 3

#### Imágenes de algunas sesiones.





## Anexo 4

### Fotografías de las emisoras propuestas por grupos previo a la creación de Benko Estéreo

