



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Programa radial en Alianza de la Universidad Santo Tomás con la Emisora de la Armada Nacional - Marina Stereo

Navegando en el siglo XXI

Autores:

**Ana María Gutiérrez Salazar
Karen Sofía Sánchez Ardila**

Dirigido por:

Alexander Torres

**Universidad Santo Tomás
Facultad de Comunicación Social**

**Bogotá D.C.
2025**

**Programa radial en Alianza de la Universidad Santo Tomás con la Emisora de la
Armada Nacional - Marina Stereo**

Ana María Gutiérrez Salazar

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002374332

Karen Sofía Sánchez Ardila

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002374340

**Modalidad
Comunicación aplicada**

**Director
Alexander Torres**

**Universidad Santo Tomás
Facultad de Comunicación Social
Bogotá
2025**

AGRADECIMIENTOS

Después de un ciclo académico que se extendió por tres semestres, llegó el momento de escribir este apartado para culminar nuestro proyecto de grado. En primer lugar, agradecemos a la Universidad Santo Tomás por brindarnos la oportunidad de seguir con esta alianza con la Armada Nacional de Colombia por proporcionarnos una formación integral tanto en lo académico como en nuestra misión profesional. Agradecemos a nuestros padres, quienes han sido nuestro pilar fundamental, les damos gracias por su apoyo incondicional y por estar siempre a nuestro lado, motivándonos en todo momento.

También extendemos nuestro sincero agradecimiento a los docentes que nos acompañaron durante este proceso, aportando con sus conocimientos y experiencias para nuestro crecimiento personal y académico. Un agradecimiento muy especial para Nancy Cruz Hernández y Alexander Torres , quienes asesoraron el desarrollo de este trabajo de grado y guiaron nuestros esfuerzos para alcanzar un óptimo resultado.

Por otro lado, sin el acompañamiento y apoyo de la Armada Nacional a través de su emisora Marina Stereo no hubiera sido posible desarrollar este proyecto; especialmente, el teniente Alex Morea.

Finalmente, agradecemos a todos aquellos que participaron de alguna manera en este proyecto, sumando sus ideas, esfuerzos y conocimientos. A pesar de los obstáculos que encontramos en el camino, el trabajo en equipo, la perseverancia y nuestra pasión por aprender y ofrecer nuestras habilidades como comunicadores sociales fueron lo que nos impulsó a seguir.

Tabla de Contenido

AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	8
PALABRAS CLAVE	8
ABSTRACT	9
KEYWORDS	9
INTRODUCCIÓN	10
MARINA STEREO	11
PROBLEMÁTICA	12
JUSTIFICACIÓN	14
MARCO TEÓRICO	19
Actualidad	19
Sociedad actual	20
Comunicación	21
OBJETIVOS	22
Objetivo general	22
Objetivos específicos	22
CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA	23
Comunicación aplicada	23
Entrevista	23
Análisis de involucrados	24
Árbol de problemas	25
Árbol de objetivos	25
Benchmark	26
Estudio de mercado	27
Encuesta	28
Marco lógico	30
DISEÑO	31
Metas	31
Estrategia	32
Promesa comunicativa	32
Fases	32
Presupuesto	33
APLICACIÓN	34
Programas	35
Abril	35
Mayo	36
Junio	36

Julio	37
Agosto	38
Septiembre	39
Octubre	40
Noviembre	41
RESULTADOS	41
Productos y servicios	41
CONCLUSIONES	43
BIBLIOGRAFÍA	45
ANEXOS	49

Lista de Tablas

Tabla 1 Análisis de involucrados

Tabla 2. Distribución porcentual de la audiencia radial por edad

Tabla 3. Distribución porcentual de la audiencia radial por sexo

Tabla 4. Franjas horarias con mayor número de oyentes

Tabla 5. Emisoras comerciales con mayor número de oyentes

Tabla 6. Resultados encuesta

Tabla 7. Marco lógico

Tabla 8. Presupuesto

Tabla 9. Resultados - Redes sociales

Lista de figuras

Figura 1. Árbol de problemas

Figura 2. Árbol de objetivos

RESUMEN

El presente trabajo de grado propone un innovador programa radial en alianza con la Armada Nacional y la Universidad Santo Tomás de Bogotá nombrado: "Navegando en el siglo XXI" que se sumerge en las aguas de la actualidad para explorar los temas más relevantes de la sociedad del siglo XXI. Con un enfoque educativo y cultural, este programa ofrece a sus oyentes un viaje por las corrientes de la actualidad y las diversas voces que marcan pauta en la sociedad actual. Además de las entrevistas, el programa ofrece un segmento informativo que mantiene a los oyentes al tanto de sucesos recientes que impactan a nivel local, nacional o internacional.

PALABRAS CLAVE

Comunicación, actualidad, sociedad, radio cultural, programa radial.

ABSTRACT

This undergraduate thesis proposes an innovative radio program in collaboration with the Colombian Navy and the Santo Tomás University of Bogotá, titled "*Navigating the 21st Century*." The program dives into the waters of current affairs to explore the most relevant topics shaping 21st-century society. With an educational and cultural approach, the show offers its listeners a journey through the currents of contemporary issues and the diverse voices that set the tone in today's world. In addition to interviews, the program features a news segment that keeps listeners informed about recent events with local, national, or international impact.

KEYWORDS

Communication, current affairs, society, cultural radio, radio program.

INTRODUCCIÓN

En el marco de la alianza entre la emisora de la Armada Nacional, Marina Stereo, y la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, surgió el proyecto de comunicación aplicada: Navegando en el Siglo XXI, el cual produjo una serie de programas radiales pensados en las inquietudes e intereses respecto a la actualidad.

Como se mencionó anteriormente, la modalidad implementada fue comunicación aplicada, ya que “es el conocimiento del proceso de la comunicación humana y la fundamentación de las decisiones, acciones y técnicas para lograr una mayor eficacia en las finalidades que busca la comunicación” (Rebeil et al., 2012). En consecuencia, la comunicación aplicada permitió establecer un formato ameno para el público y, a su vez, comprender las necesidades comunicativas de un público general, para satisfacerlas desde un producto comunicativo. Así mismo, dichas emisiones pretendieron abordar las temáticas de actualidad propuestas, con la finalidad de abarcar una amplia audiencia, desde los jóvenes hasta los adultos mayores.

Por otro lado, Navegando en el Siglo XXI se inspiró en Radio Sutatenza y su misión educativa y cultural en el país, pues el programa radial de la Universidad Santo Tomás y la Armada Nacional de Colombia pretende generar espacios de diálogo, debate, divulgación de la investigación científica y de los saberes populares o empíricos. Para ello, el formato del programa tiende a ser un diálogo entre las locutoras y los expertos invitados.

MARINA STEREO

Al igual que otras entidades de la Fuerza Pública, la Armada Nacional consolidó una red de emisoras bajo el nombre de: “Marina Stereo” para llegar a todo el territorio nacional, desde los municipios y zonas rurales, hasta la capital del país. Su parrilla de programación

está pensada para todos los colombianos y contiene formatos como: magazines informativos, espacios musicales y la difusión de las acciones de la Armada Nacional para “proteger el azul de la bandera”.

Marina Stereo, la red de emisoras de la Armada Nacional de Colombia inició sus transmisiones en abril de 1998 con la emisora Marina Stereo "Corozal", ubicada en Corozal, Sucre. Esta emisora fue creada bajo el mando del Almirante Edgar Romero Vásquez, entonces Comandante de la Armada Nacional, con el objetivo de contar con un medio de comunicación de amplia cobertura para contrarrestar el proselitismo armado de grupos narcoterroristas en los Montes de María. Desde entonces, la red de emisoras Marina Stereo se ha expandido a lo largo del territorio colombiano, cumpliendo con la normatividad vigente y las disposiciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC). Estas emisoras buscan fortalecer los lazos entre la Armada Nacional y las comunidades, promoviendo valores culturales y principios institucionales en todo el país.

La emisora transmite en varias ciudades de Colombia, como: Bogotá, Barranquilla, Arauca, Buenaventura, Corozal y Coveñas. Marina Stereo participa activamente en eventos y actividades sociales organizadas por esta institución. Por ejemplo, ha sido parte de iniciativas de bienestar y educación para Infantes de Marina y Grumetes, y ha colaborado en eventos culturales como el Carnaval de Barranquilla. Además, Marina Stereo ha llevado a cabo programas radiales como "La Hora del Comandante", en los que participan altos mandos de la Armada para discutir temas relevantes. La emisora también ha estado involucrada en actividades comunitarias, como jornadas de acompañamiento en el "Retorno Escolar", promoviendo valores fundamentales y la educación en diferentes regiones del país.

PROBLEMÁTICA

En el texto “La crisis de los discursos radiofónicos”, Garcés propone 5 señales de alarma global en la crisis de la radio a principios del presente siglo: económica, tecnológica, investigativa, ocupacional e intelectual. Esta última demuestra el interés de las radios comerciales por maximizar sus ganancias, lo que conlleva a perder o ignorar el sentido cultural. En ese contexto, los formatos informativos tienden al amarillismo y al infoentretenimiento, donde los programas parecen una clonación indiscriminada (Garcés, 2007).

La radio, los radiofonistas, su empresa y sus gentes sufren de aburrimiento letal, desinterés total por el producto, la programación, el contenido y la audiencia. La radio está ayuna de investigación y ciencia propias, desheredada de ideadores, abandonada de creadores, magra en inventores y encadenada por la cuenta de resultados. Estamos ante la caducidad de un sistema y de unas fórmulas históricas de narración, contenido, programación y concepto radiofónico. (Faus, 2001, como se citó en Garcés, 2007).

En los últimos años, las cinco emisoras más escuchadas de Colombia, todas radios comerciales: Blu Radio, Caracol Radio, W Radio, La FM y RCN Radio (CNC, 2023), centran sus parrillas de contenido en torno al hecho noticioso y temas de actualidad, cabe aclarar que en el marco de Navegando en el siglo XXI la actualidad tendrá otra connotación. Es decir, la mayoría de los programas tienen un carácter informativo y cambia la forma en que se narran los hechos, como en un tono noticioso, humorístico o pensado para ser entendido con facilidad.

Caracol Radio realiza el cubrimiento informativo permanente; La W Radio, lo hace simultáneamente en corto tiempo; Blu Radio, busca que sus noticias sean de gran impacto; RCN Radio, cuya cobertura noticiosa sea más detallada, clara e inequívoca;

y La F.m. que su afinidad noticiosa con la audiencia sea permanente (Zambrano, 2018, p 10).

Al analizar las parrillas de programación de cada emisora se identificaron algunas secciones y programas que dejan de lado el campo noticioso, pero no recopilan en un solo programa varios temas relevantes en el contexto actual. En Blu Radio, La Nube habla sobre los últimos avances tecnológicos y Bla Bla Blu es el único programa de las 5 emisoras que atiende a los temas de actualidad con distintas opiniones de expertos (Blu Radio, s. f.). Desde Caracol Radio existen dos secciones: una dedicada al entretenimiento y otra a la salud y al bienestar (Caracol Radio, s.f.). En W Radio están: Salud y algo más, Mujeres W especialmente para la audiencia femenina y El Parasol que tiene entretenimiento, música, noticias positivas, deporte, etc., con un formato noticioso (La W, s.f.), pero más relajado y con otro enfoque. En RCN, RCN Digital habla sobre tecnología y Tierra de Sueños, un programa dedicado a los productores rurales (RCN Radio, s. f.).

Respecto a Marina Stereo, la emisora cuenta con varios problemas de carácter comunicativo, tanto en la parte interna como en las formas de relacionarse con sus radioescuchas. Según el Teniente Alex Morea, locutor de Marina Stereo Bogotá, la emisora carece del personal suficiente y especializado en la producción de contenidos mediáticos, canales de comunicación efectivos, estrategias y proyectos comunicativos para impactar en la audiencia y ampliar su público objetivo, la emisora no se adapta a las tendencias de la actualidad en la industria de la radio, perdiendo relevancia frente a otras emisoras más innovadoras y enfrentando la disminución de su audiencia tradicional. Así mismo, el teniente resaltó la importancia de contar con un espacio radial distinto a los ya existentes en la parrilla.

Por tanto, ni las emisoras comerciales revisadas, ni Marina Stereo cuentan con un programa que dé cuenta de la actualidad (no el hecho noticioso) y la realidad de la sociedad

de la segunda década del siglo XXI. En este contexto, los contenidos de actualidad deben entenderse como aquellos que abordan, desde una perspectiva analítica y reflexiva, como los fenómenos culturales, sociales, tecnológicos y económicos que forman el día a día de las personas y se adaptan al ambiente moderno. No se trata únicamente de informar sobre sucesos recientes, sino de ofrecer herramientas para comprender la evolución, tendencias y problemáticas que definen nuestra era. Así pues, algunos programas que llegan a interesarse por estos temas tienen una audiencia muy limitada y tópicos como tecnología y salud se repiten en las secciones de cada radiodifusora.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación ha acompañado a la humanidad desde antes que la medicina, la economía o la política. Podría decirse que gracias a las primeras formas de comunicación, los seres humanos pudieron organizarse en comunidades para sobrevivir. Con las transformaciones y revoluciones humanas, la comunicación permite exteriorizar los pensamientos y preocupaciones de las nuevas sociedades. Desde sus formas más primitivas, la comunicación surgió como una manera de representar la realidad, un método para plasmar los sucesos del presente y narrar la actualidad. Navegando en el Siglo XXI surge en el marco de una parrilla de programación poco variada en Marina Stereo y que sigue las dinámicas de las radios más escuchadas en Colombia, centradas en el hecho noticioso. Así pues, Navegando en el Siglo XXI es una extensión del uso de la comunicación donde se plantean algunos de los temas que repercuten la actualidad, desde distintas visiones y posturas, todo a través del medio masivo más importante de Colombia: la radio y, en esta revolución digital, el podcast.

En Colombia, los primeros pobladores del territorio tuvieron la necesidad de acoplar sus modos de vida a la variedad ecosistémica y al constante cambio geográfico de la región, factores que influyeron en la diversidad social y cultural aún vigente. Desde los caribes en el

norte hasta los Yurí-Passé en el sur, desde los calima en el occidente hasta los u'wa en el oriente, desde los quimbaya y chibchas del centro; las sociedades prehispánicas colombianas se comunican con el presente, a través de la tradición oral, orfebrería, esculturas, tejidos, cerámicas y palimpsestos.

El antropólogo colombiano, Roberto Pineda (2006), expone como algunas piezas orfebres muestran las jerarquías indígenas de distintas sociedades prehispánicas, la naturaleza y los animales. Por otro lado, los palimpsestos contienen en su capa más oculta mitos y relatos creacionales, mentiras que en sus trazos finales se refleja el choque cultural y las consecuencias de la aparición de un nuevo actor desconocido (Henrik, Meisel y Uribe, 2021).

Con la venida de los españoles, en el territorio americano arribó una nueva forma de comunicación y, por ende, una nueva forma de narrar el presente: la escritura. Desde los diarios de navegación, los escritos de Fray Bartolomé de las Casas, hasta las crónicas de indias de otros europeos hay una visión de la perspectiva eurocéntrica del encuentro con *el otro* en América.

En sus escritos:

Bartolomé de Las Casas contempló horrorizado la barbarie de los conquistadores y colonizadores y la esclavización y genocidio de los Amerindios. La mayoría de los militares españoles, administradores y colonos, hambrientos de oro y poder, vieron a los ocupantes de este Nuevo Mundo como irrevocablemente Otros, menos que humanos, o al menos subordinados naturalmente a los Europeos. (Hardt y Negri, 2000, p 103).

Empero, los españoles no fueron los únicos en desembarcar en el nuevo continente. En una primera etapa, con ellos trajeron esclavos africanos cristianizados en la península ibérica. Posteriormente, para 1530 los esclavos venían directamente desde Santo Tomé, por lo que no fueron sometidos a ningún proceso de aculturación (Klein y Vinson, 2013). Sin

embargo, la imposición del cristianismo generó la implementación de elementos católicos en las religiones africanas, resultando en una convergencia de creencias (Rodríguez, 2012). Así pues, los rituales, cantos y danzas espirituales reflejaban la dominación y sometimiento de los esclavos africanos en cada aspecto social.

Ya entrado el periodo colonial, la venida de los jesuitas a la Nueva Granada trajo consigo la llegada de la imprenta. En un principio utilizada para producir copias de textos religiosos, el invento de Gutenberg permitió a la corona española publicar reformas administrativas, calendarios e información sobre epidemias. Tiempo después, la imprenta tuvo la posibilidad de pasar de la esfera real a la privada. De tal modo, Antonio Nariño obtuvo una imprenta en la cuál reprodujo la transcripción de la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano (1789) en 1793 (Bushnell, 2019). Es decir, dicha transcripción surgió en el marco de una extensión de los sucesos y desarrollos de la Revolución Francesa en el mundo y en el nuevo continente.

En noviembre de 1809, Camilo Torres redactó el famosísimo Memorial de Agravios, un texto, nunca enviado a España, que reflejaba el descontento de los criollos ante su representación y autonomía. Sin embargo, el Memorial no pretendía mostrar el descontento del resto de los americanos (Caballero, 2016). En los inicios de la era independentista (1809-1811) las columnas del criollo Gilberto Loaiza, fundador de algunos periódicos de la América hispana demuestran la sensación “de aceleración, cambio revolucionario e incertidumbre que deja sin lugar a la historia *magistra vitae*” (García, 2019). Esto como resultado de la ausencia del “Deseado” rey Fernando VII a causa de la invasión napoleónica en España. En otro panorama, un periódico santafereño mostraba un pensamiento común, pero poco aceptado en el ámbito religioso, en el cual muchas grandes civilizaciones pasaban un proceso cíclico, con un inicio colonial y posteriormente una etapa nacional (García, 2019). Sin importar la postura

frente a la emancipación de la nación, los neogranadinos sabían que su presente marcaría la historia, lo cual demostraban en sus escritos.

Desde la época independentista hasta la era republicana, los periódicos no solo sirvieron a la polarización política, también incentivaron la opinión pública. Para 1903, con la separación de Panamá los diarios mostraron el “duelo nacional” por la independencia del istmo. Desde antes, la preocupación de todas las personas en Colombia y, particularmente, en Cartagena podía leerse en los periódicos de la ciudad amurallada, por las implicaciones económicas y sociales de la posible separación. (Bonfante, 2019).

En la segunda década del siglo XX, una novela, con un impresionante trasfondo crítico e histórico, marcaría la literatura colombiana. La Vorágine de José Eustasio Rivera retrata a la perfección las distintas realidades de la orinoquía y amazonía colombiana en la expansión cauchera (Pineda, 2023). En Colombia, la poca visibilidad de las regiones rurales del país tiene raíces en el establecimiento de los productores de información y comunicación masiva en las grandes capitales del país y su poco interés en la realidad de los demás nacionales. Por ello, La Vorágine presenta una perspectiva omitida en las narrativas de país.

En 1929, el presidente Miguel Abadía Méndez revolucionó la historia de la comunicación en Colombia al instaurar la radiodifusora HJN. En sus inicios la radio era un artículo de lujo, de acceso limitado a las personas más ricas del país. Sin embargo, con el paso del tiempo resultó en uno de los elementos indispensables en los hogares colombianos. Aunque el noticiero, un espacio clave en la radio hasta nuestros días, ocupaba un lugar especial en las emisiones, la transmisión de radionovelas y el deporte influyeron en el fortalecimiento de la unidad nacional (Uribe, 2018). Más de 20 años después de la llegada de la radio al país, el general Rojas Pinilla trajo la televisión. Con la televisión el universo comunicativo extendió sus ramas y permitió ver la realidad por medio de una pantalla. Tanto

la radio como la televisión mostraron los sucesos y realidades actuales, a través de las radio/telenovelas.

Como se ha visto anteriormente, la comunicación y los medios han permitido ir más allá del hecho noticioso y centrarse en problemáticas y situaciones que afectan a la sociedad, no como un hecho particular, sino como un factor general. Retomando el ejemplo de los palimpsestos, los indígenas no representaron la llegada de los españoles desde el cuándo, por qué, quién, dónde, qué y cómo (las preguntas W del periodismo), sino como un reflejo de una situación que afectó su presente. Así pues, el último programa de Navegando en el siglo XXI habló de cómo la salud se ve impactada por el cambio climático y la medicina entendida desde otras culturas y cosmovisiones. Así como La Vorágine retrata una realidad oculta del país, Navegando en el siglo XXI explica la importancia de la economía campesina, un tema poco hablado en los medios masivos de Colombia y de suma importancia para la economía de la región. Del mismo modo, el resto de capítulos buscan tratar temas relacionados con los sucesos actuales que marcan la sociedad.

Es por esto que, Navegando en el siglo XXI, en su formato radial y de podcast, es una extensión de una práctica comunicativa intrínseca al ser humano, donde se relatan y debaten algunos temas propios de la actualidad en donde se vive el debate público y la cultura popular, en un momento donde los programas noticiosos e informativos ocupan la mayoría de los contenidos.

MARCO TEÓRICO

Actualidad

Desde este proyecto, no se entiende la actualidad en los términos periodísticos o mediáticos como el hecho noticioso, sino como una parte de una temporalidad, llamada presente. Para dilucidar la diferencia entre ambos conceptos resulta necesario definirlos.

Primeramente, para Wolf (1987) el hecho noticioso es un acontecimiento observado que puede convertirse en noticia y debe ser sometido a un proceso de selección y procesamiento. En el proceso de selección, influyen criterios desde lo ideológico hasta lo ético en la óptica del periodista o el medio (Alaya, 2006).

Jacques Derrida (1994) plantea la actualidad como algo que se produce activamente y posteriormente se interpreta por los medios de comunicación, los cuáles determinan la importancia de distintos temas, dejando de lado acontecimientos que parecen ajenos al interés presuntamente público. Ahora bien, para el filósofo italiano, Giorgio Agamben, el presente es un punto que no puede fragmentarse: “Del mismo modo, cada cultura es ante todo una determinada experiencia del tiempo y no es posible una nueva cultura sin una modificación de esa experiencia” (Agamben, 2007). Por tanto, se podría inferir que la actualidad está marcada por una experiencia o situación sin modificaciones trascendentales. Por tanto, los medios de comunicación determinan los temas de actualidad sin preocuparse por el interés del público en general sobre los acontecimientos que marcan la sociedad y la cultura de su presente. En el marco del proyecto, las circunstancias inherentes a la sociedad del siglo XXI sin cambios determinantes pertenecen a la actualidad.

Sociedad actual

En consecuencia, la actualidad y la sociedad están tan estrechamente ligadas que dependen entre sí y cualquier cambio dentro de alguna transformará la otra. Según Alemán y García (2018) exponen tres categorías a partir de las que varios autores definen la sociedad. En primer lugar, está la causal donde se comprende la información y la digitalización como elementos influyentes en la transformación social. Allí, la tecnología influye en la difusión de la información y el conocimiento, moldeando la sociedad. En segundo lugar, la causal

atribuye la composición social como resultado de las transformaciones económicas y tecnológicas. Así pues, las nuevas lógicas de consumo, mercado e incluso las nuevas formas de entenderse individualmente y colectivamente se ven influenciadas por esos procesos macrosociales. Finalmente, la conceptualización del sinécdoque se entiende como sucesos concretos que caracterizan y delimitan lo social, desde lo político, económico y cultural con 5 dimensiones: económica, ocupacional, axial tecnológica y decisiva. En esa perspectiva los estilos de vida y la sociedad se da como un efecto no deseado de ciertas circunstancias (Aleman y García, 2018).

Desde otra perspectiva, Byung-Chul Han critica la vida de la sociedad de la modernidad tardía, que se diferencia de una sociedad disciplinaria en la que el sujeto se encontraba oprimido por fuerzas externas como la explotación de su vida por el trabajo, pues la presente o del siglo XXI está limitada por situaciones internas del hombre como sentimientos de inferioridad e insuficiencia (Quintero, 2012).

Comunicación

Para el sociólogo, el espacio social distribuye a los actores en un sistema de jerarquización inmerso en distintos campos. Los campos son regiones del espacio social, donde los individuos utilizan un capital necesario para participar (Bourdieu, 1989). En ese sentido, la comunicación jugará el papel de campo y, a su vez, de eje transversal en el espacio social.

Para Bourdieu (1989), la acumulación de capital (material o intangible) determina la posición y el poder de un individuo dentro de un campo o en el espacio social. Por ello, el capital simbólico permite la reproducción de violencias simbólicas y formas de dominación (Fernández, 2013). Según Radl (2011), los medios de comunicación clásicos y modernos juegan un papel fundamental en la construcción de realidad y en la sociedad, ya que aportan a

la socialización humana y a la creación de identidades, facilitando la transmisión de modelos cargados de violencia simbólica.

Sin embargo, los medios masivos al ser canales para difundir mensajes con distintas cargas simbólicas, llegan a contrarrestar los contenidos hegemónicos. Walter Benjamín habla de la pérdida del aura (distancia o manifestación irrepetible de lejanía) en la obra de arte, a través de medios como el cine, la fotografía (Barbro, 1991) y, en este caso, la radio. Es decir, el aura contribuye al capital de los agentes por su exclusividad y al perderla en la reproducción de la obra en los medios debilita las formas de dominación.

¿Y cuándo ha existido mayor circulación cultural que en la sociedad de masas?

Mientras el libro mantuvo y hasta reforzó durante mucho tiempo la segregación cultural entre las clases, fue el periódico el que empezó a posibilitar el flujo, y el cine y la radio los que intensificaron el encuentro (Barbero, 1991, p 45).

Según la UNICEF, las radios culturales no tienen fines de lucro, apoyan la enseñanza, la divulgación de la investigación, resaltan la cultura y la historia universal. Por ende, proveen a la audiencia unos contenidos poco comunes en los formatos comerciales y su interés no gira en torno al hecho noticioso (Franco, 2013).

OBJETIVOS

Objetivo general

Crear un espacio radial cultural en la emisora de la Armada Nacional, Marina Stereo, orientado a atraer audiencias de todas las edades mediante la difusión de temas relevantes de la actualidad y la sociedad del siglo XXI.

Objetivos específicos

- Identificar las temáticas actuales que generan mayor interés o inquietud en diferentes sectores de la población.
- Diseñar contenidos radiales y mediáticos para la difusión clara y sencilla de los tópicos de actualidad.
- Promover la difusión de saberes técnicos y populares a través de los programas radiales propuestos.

CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA

Comunicación aplicada

La comunicación aplicada pertenece a una línea investigativa que impacta el escenario real, por medio de la resolución de problemas de carácter comunicativo dentro de medios, organizaciones, comunidades, etc. Allí, lo empírico, cualitativo y mixto comparten puntos comunes en medio de la investigación, por lo que la producción de categorías de análisis, muestreo y los indicadores resultan fundamentales para su desarrollo (Fernández, 2014). En ese contexto, la comunicación aplicada representa la línea metodológica ideal para el desarrollo del presente

Entrevista

La entrevista es una técnica de investigación y consiste en la interacción directa en un espacio de diálogo donde el entrevistador busca obtener información detallada. La entrevista no estructurada no requiere la elaboración de un cuestionario y esa flexibilidad permite profundizar en aspectos relevantes para la investigación (Bustamante et al., 2023). Por lo

tanto, las entrevistas con el teniente Alex Morea , resaltó los intereses de la emisora con el proyecto y brindó el conocimiento de aspectos problemáticos comunicativos no identificados ni abordados.

Análisis de involucrados

Con el análisis de involucrados fue posible determinar

Involucrados	Problema	Características	Intereses	Debilidades	Implicaciones
Marina Stero	Inexistencia de un programa radial enfocado en la actualidad en la parrilla de programación de Marina Stereo.	Emisora radial de la Armada Nacional. Ente público con restricción de temáticas políticas.	Crear un espacio para llegar a un público mayor, especialmente jóvenes.	Poca diversidad en la parrilla de programación. Casi nulo manejo de las redes sociales. Falta de una estrategia comunicativa para la emisora.	La emisora llega a todas las partes del país y el carácter social de la Armada está presente en las lógicas de Marina Stereo.
Oyentes de la emisora	No hay un conocimiento de quién es la audiencia de la emisora y, en consecuencia, no hay una fidelización de esta.	No pudo realizarse un acercamiento a los oyentes y, por ende, no hay una certeza de sus características.	No pudo realizarse un acercamiento a los oyentes y, por ende, no hay certeza de sus intereses.	No hay un engagement con la audiencia de la emisora.	Son el público de la emisora y de su satisfacción depende su fidelidad.
Seguidores de las cuentas de la emisora	No hay un enganche de nuevos seguidores y no hay una interacción significativa con los contenidos de la página.	De los 834 seguidores, el principal rango de edad es de 18 a 24 años y el 55,3% del total de seguidores son mujeres. Las principales ciudades son Bogotá, Cartagena y Medellín. Los seguidores tienen más interacción con las historias y el momento del día con más actividad es a las 6:00 p. m.	Según las estadísticas de Instagram, en los principales contenidos se encuentran dos publicaciones con famosos y una publicación del programa Navegando en el Siglo XXI donde se explica el concepto de Economía Campesina.	Generalmente, las publicaciones con mayor número de seguidores fueron publicadas en conjunto con la página de la Armada Nacional y no los contenidos propios de la emisora.	Los seguidores de Instagram pueden convertirse en oyentes frecuentes de la emisora Marina Stereo. Asimismo, los radioescuchas que siguen la cuenta de Instagram pueden estar al tanto de contenidos radiales por la red social.

Tabla 1. Análisis de involucrados

Árbol de problemas

Cómo se expuso anteriormente, la emisora Marina Stereo cuenta con múltiples problemáticas comunicativas, desde la carencia de variedad en la parrilla de programación hasta la falta de innovación.

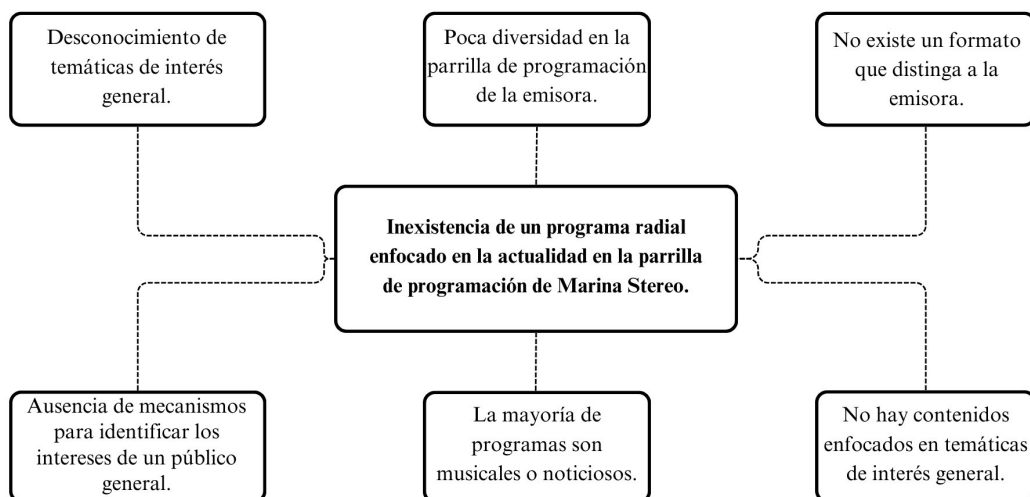


Figura 1. Árbol de problemas

Árbol de objetivos

Al identificar el problema central, sus raíces (los recuadros inferiores del árbol de problemas) y sus consecuencias (los recuadros de la parte superior), se procedió a realizar la transcripción de tales en forma de objetivos para darle solución.

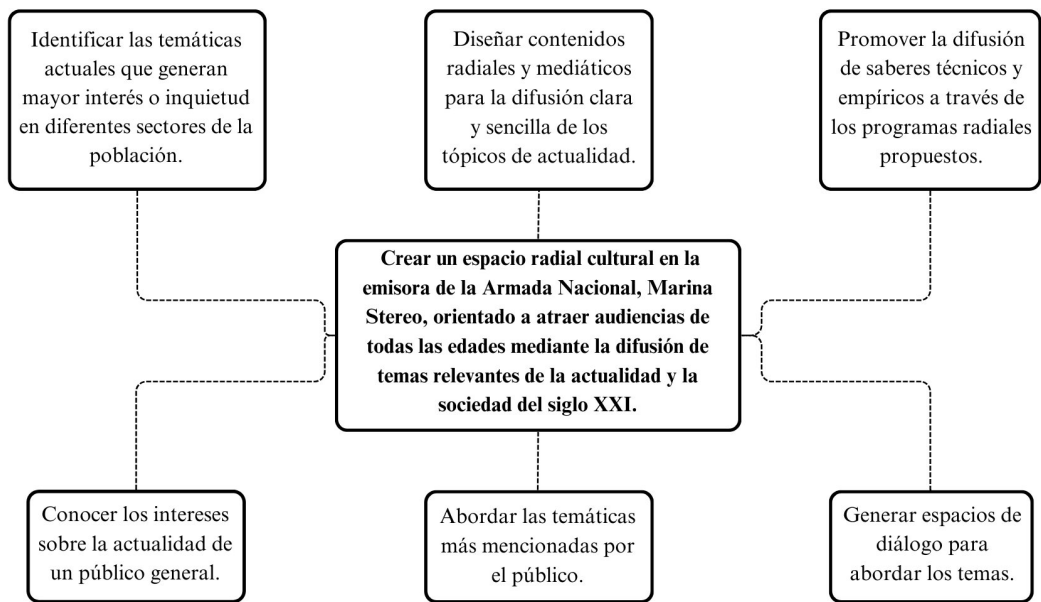


Figura 2. Árbol de objetivos

Benchmark

ANEXO 1

Para estructurar un programa radial en la emisora de la Armada Nacional fue necesario conocer la parrilla de programación de Marina Stereo e investigar cómo funcionan las emisoras de las demás fuerzas armadas. Así pues, se hizo un estudio con las emisoras “Colombia Estéreo” del Ejército Nacional, “Al Aire” de la Fuerza Aérea y “Radio Policía Nacional”.

En primera instancia, se evidenció que Colombia Estéreo cuenta con dos informativos, espacios musicales y diversos programas; en sus redes sociales publican información tanto de la emisora como de la institución; adicionalmente, su programa “Héroes del monte” tiene su propia cuenta en Facebook e Instagram que permite la interacción con la audiencia; y su página web está desactualizada. En segundo plano, Al Aire emite un magazine informativo y sus programas están enfocados en el espectro musical; el canal de YouTube de Al Aire muestra eventos importantes de la institución; los contenidos en redes

sociales de la emisora son publicadas en las cuentas oficiales de la Fuerza Aérea; la página web tampoco contiene la información pertinente sobre la emisora; y el enfoque de los contenidos digitales es la juventud y el medio ambiente. Finalmente, la Radio Policía Nacional emite únicamente un contenido musical, ya que en sus redes sociales publican noticias e información del día a día.

Estudio de mercado

[ANEXO 2](#)

Radioescuchas	
Edad	Porcentaje
12 - 24 años	24,30%
25 - 44 años	43,60%
45 - 69 años	33,10%

Tabla 2. Distribución porcentual de la audiencia radial por edad (López, 2023)

Radioescuchas	
Mujeres	Hombres
49%	51%

Tabla 3. Distribución porcentual de la audiencia radial por sexo (López, 2023)

Horarios	
Hora	Oyentes
12:00 - 4:00 a. m.	332.740
4:00 - 6:00 a. m.	2'231.100
6:00 - 8:00 a. m.	6'273.100
8:00 - 10:00 a. m.	8'024.000
10:00 - 12:00 m.	7'285.300
12:00 - 2:00 p. m.	6'265.700
2:00 - 5:00 p. m.	8'068 500

5:00 - 8:00 p. m.	6'429.000
8:00 - 12:00 p. m.	2'914.300

Tabla 4. Franjas horarias con mayor número de oyentes (López, 2023)

Emisoras más escuchadas: Top 5 del segundo semestre del 2023
Blu Radio
Caracol Radio
W Radio
La FM
RCN Radio

Tabla 5. Emisoras comerciales con mayor número de oyentes (López, 2023)

En el estudio de mercado se investigó la edad y el género de los radioescuchas, las emisoras más escuchadas en el país y su actividad e influencia en redes sociales. Respecto a los radioescuchas, aproximadamente el 43% se encuentran entre los 25 y 44 años, seguido de un 33% de personas entre los 45 y 69 años y el 51% de los oyentes son hombres. Por otro lado, la franja horaria con mayor número de audiencia es entre las 2:00 y 5:00 p. m (López, 2023). Para finalizar, las cinco emisoras más escuchadas en el país son: BluRadio, Caracol Radio, W Radio, La FM y RCN Radio (CNC, 2023).

Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación que se utiliza para recopilar información de un gran número de personas. Se trata de una herramienta versátil y accesible que permite a los investigadores obtener información sobre comportamientos, actitudes, opiniones y demografía de una población objetivo (Bustamante et al., 2023, p 23).

Al identificar que Marina Stereo carece de variedad en su parrilla gracias a los dos entrevistas con el teniente y al revisar el poco interés radial por abordar la actualidad, se realizó una encuesta con preguntas cerradas, para conocer datos demográficos de los

encuestados, y preguntas abiertas, para conocer las inclinaciones de los participantes, sin limitarlos a unas opciones de respuesta. Lo anterior para dar respuesta al primer objetivo e identificar las temáticas actuales que generan mayor interés o inquietud en diferentes sectores de la población.

Pregunta 1 - Cerrada		
Género	Recuento	Porcentaje
Femenino	32	80%
Masculino	8	20%
Otro	0	0%
Total	40	100%
Pregunta 2 - Cerrada		
Edad	Recuento	Porcentaje
Menos de 18 años	1	2.5%
De 18 a 25 años	8	20%
De 26 a 30 años	1	2.5%
De 31 a 40 años	10	25%
Más de 40 años	20	50%
Total	40	100%
Pregunta 3 - Cerrada		
Escucha radio	Recuento	Porcentaje
Sí	32	80%
No	8	20%
Total	40	100%
Pregunta 4 - Abierta		
¿Qué tema le gustaría escuchar?	Recuento	Porcentaje
Actualidad / Sociedad actual	16	40%
Salud mental	12	30%
Tecnología	8	20%
Otros	4	10%
Pregunta 5 - Abierta		
¿Qué hace que cambie la estación radial ?	Recuento	Porcentaje

Contenido / Tema	15	38%
Locutor	7	18%
Música	6	15%
Comerciales	9	23%
Connotación sexual o agresiva	5	13%
Mucha charla	5	13%
Otros	1	2,5%
Pregunta 6 - Abierta		
¿Qué conocimientos le gustaría adquirir?	Recuento	Porcentaje
Actualidad	8	20%
Noticias	4	10%
Salud	4	10%
Tecnología / TIC	6	15%
Cultura general / Historia	11	28%
Varios	10	25%

Tabla 6. Resultados encuesta

Marco lógico

El marco lógico implementado en el presente proyecto se basó en el modelo presentado en el Cuadernillo 2 de UNICEF: “Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo”. De allí, surge la meta, el propósito, los resultados y las actividades, las cuales se analizaron para establecer su eficacia y viabilidad desde unos indicadores, evidencias y supuestos. Cabe aclarar que la meta hace parte de un contexto global en el que quiere impactar el proyecto, pero no hace parte de los alcances del mismo.

proyecto, puesto que al identificar un problema central comunicativo de alcance para las investigadoras es posible contribuir a su solución.

RESUMEN	INDICADORES	EVIDENCIA	SUPUESTOS
----------------	--------------------	------------------	------------------

Meta	Propiciar espacios culturales en la radio en Colombia.	Hay un 1% de producciones radiales culturales en Colombia.	Estadísticas nacionales Ejemplo: Estadísticas DANE	
Propósito	Promover un espacio radial cultural para abordar temáticas relacionadas con la actualidad.	El 100% de los programas producidos tocan un tema de la actualidad.	Producción de 8 programas radiales enfocados en la actualidad	La emisora Marina Stereo cuenta con un espacio para dialogar de la actualidad.
Resultados	Espacios de construcción del conocimiento en medios digitales.	Existencia de al menos una interacción con las publicaciones del programa.	Número de interacciones en cada publicación del programa.	Los seguidores de Marina Stereo le dan "me gusta" a las publicaciones.
	Programa radial orientado a tratar temas de actualidad de interés común.	Producción de 8 programas radiales.	Publicación de cada programa en la plataforma SoundCloud.	Se graban los programas y posteriormente son publicados en SoundCloud.
	Conocimiento de los intereses comunes sobre temáticas actuales.	Temáticas de los programas acordes a los intereses consultados.	Encuesta a personas que hayan escuchado el programa.	Cada programa está orientado a los intereses de los radioescuchas.
Actividades	Publicaciones de Instagram para promover el conocimiento frente a temas de actualidad.	Alcanzar al menos una interacción con cada publicación.	Página de Instagram de Marina Stereo: @marinastereo_arc	Las publicaciones son aprobadas por las directivas de Marina Stereo.
	Crear un espacio radial emitido mensualmente, donde se habló de los temas actuales de interés.	El último miércoles de cada mes, se debe realizar la emisión del programa.	Publicación de cada programa en la plataforma SoundCloud.	Se realizan los programas al aire en las fechas establecidas.
	Realizar una encuesta a un público general sobre las temáticas que quisieran aprender en la radio.	Obtener como mínimo 10 respuestas en la encuesta.	Número de personas que respondieron la encuesta: https://forms.gle/kWJ9pSwHuL2nuStu7	El público contesta toda la encuesta.

Tabla 7. Marco lógico

DISEÑO

Metas

- Generar espacios radiales enfocados en las temáticas de actualidad más interesantes para un público general.
- Integrar saberes técnicos y populares de diversas fuentes para enriquecer la conversación sobre temas actuales.
- Fomentar las habilidades tecnológicas, sociales y personales de los oyentes para su óptimo desarrollo en la actualidad.

Estrategia

Al realizar la encuesta fue posible determinar las temáticas de interés común sobre la actualidad. De los resultados, se generarán programas con una investigación previa y la participación de expertos desde áreas investigativas o de personas con conocimientos populares. Cada programa se subirá a la plataforma de SoundCloud para escucharlos posterior a su emisión. En algunos casos se crearán piezas para crear una experiencia transmedia en la cuenta de Instagram de Marina Stereo y fomentar el incremento de radioescuchas.

Promesa comunicativa

La promesa comunicativa varía dependiendo del programa; sin embargo, todos están enfocados en abrir un espacio de diálogo, reflexión y debate sobre las preocupaciones, intereses o inquietudes de la sociedad sobre la actualidad.

Fases

De acuerdo a lo establecido en el cuadernillo de UNICEF “Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo”, el proyecto se dividió en cuatro fases: diagnóstico, diseño, elaboración y evaluación.

Para realizar el diagnóstico se realizaron dos encuentros con el teniente Alex Morea locutor de la emisora Marina Stereo de la Armada Nacional, para determinar las necesidades y fallas comunicativas de la emisora. Allí se evidenció la poca variedad en la parrilla de programación. Posteriormente, a través de un benchmark se analizaron las parrillas de programación de las emisoras: Colombia Estéreo del Ejército Nacional, Al Aire de la Fuerza Aérea Colombiana y Radio Policía Nacional. Adicionalmente, se realizó un estudio de mercado y se investigaron las parrillas de las 5 emisoras comerciales más escuchadas en Colombia. Por ende, nació la idea de crear un espacio de radio cultural para abordar temas de actualidad y fomentar el diálogo, la investigación científica y empírica.

En seguida, inicia la fase de diseño con la creación de un cronograma en forma de diagrama de Gantt ([Anexo 3](#)) para ejecutar a cabalidad cada etapa del proyecto y registrar los momentos de crisis con su respectivo ajuste. Para la estructuración del programa fue necesario recopilar todas las respuestas de la encuesta y determinar los tópicos a tratar. Al recopilar dicha información, se establecieron las secciones de Navegando en el Siglo XXI y el formato del programa.

Subsiguientemente, empezó la fase de elaboración donde se repitieron las etapas para la creación de cada programa. En la etapa de preproducción se escogía la temática a tratar, había una investigación para redactar el guion, se seleccionaba un invitado y, en algunos

casos, se lanzaba la campaña de expectativa en redes sociales. La producción podía ser al aire o un falso directo, el cuál requería un proceso de edición en la posproducción.

Presupuesto

El siguiente presupuesto tiene la finalidad de mostrar los costos estimados de la producción total de una emisión radial del programa “Navegando en el siglo XXI” de la emisora de la Armada Nacional, Marina Stereo.

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO	TOTAL
PRODUCCIÓN			
Cuña - 1hora al mes	14.000	Mensual	
Adobe Audition	33.990	Mensual	
Estudio - 1hora al mes	25.000	Mensual	
Hora programa Dos locutoras (Asociación Colombiana de Locutores) - 1hora al mes	300.000	Mensual	
			372.990
TRANSPORTE			
Ida y vuelta (Sitp \$ 2.950)	5.900		
			5.900
ALIMENTACIÓN			
Almuerzo	12.000		
			12.000
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN			
Plan celular	55.000	Mensual	
Internet	125.000	Mensual	
			180.000
RELACIONAMIENTO DE LOGÍSTICAS Y HORAS			
Busqueda de invitado - 1hora al mes	200.000	Mensual	
Preparacion de guion	180.000	Mensual	
			380.000
COSTO TOTAL			950.890

Tabla 8. Presupuesto

APLICACIÓN

Entre los meses de abril y noviembre del 2024, se realizó la producción de 8 formatos radiales y sonoros para la parrilla de programación de Marina Stereo, también se optó por su difusión a través de la plataforma digital SoundCloud para el acceso de la audiencia.

Adicionalmente, los encargados de la emisora Marina Stereo de la Armada Nacional permitieron la publicación de contenidos alusivos a cada programa en la cuenta de Instagram oficial @marinastereo_arc.

Programas

Abril

[Programa abril \(Anexo 4\)](#)

[Publicación abril \(Anexo 5\)](#)

Para promocionar la primera emisión de *Navegando en el Siglo XXI*, se creó una cuenta de Instagram destinada a generar expectativa, compartir la fecha y hora de los programas, e interactuar con la audiencia. Se publicó una serie de posts sobre el piloto; sin embargo, las directivas de Marina Stereo solicitaron la eliminación de dicho perfil y aplazaron la primera emisión. A partir de entonces, todo el contenido del programa comenzó a publicarse en la cuenta oficial de Marina Stereo. Finalmente, la primera emisión tuvo lugar el jueves 2 de mayo en la emisora Marina Stereo de la Armada Nacional.

En el piloto, se explicó en detalle las diferentes secciones del programa y las analogías de sus cortinillas. Por ejemplo, la cortinilla de "Entrevista en altamar" hacía referencia al regreso de Ulises a Ítaca, del poema épico *La Odisea*. También se resaltó el enfoque educativo del

programa y la importancia de la participación de los oyentes en la construcción de cada emisión. En la sección "Navegando con la radio", se abordó la Feria del Libro celebrada en abril de 2024 y el lanzamiento del libro *Entre ríos y selvas: narrativas de vida y resistencia en el pacífico colombiano*, una colaboración entre la Armada Nacional y la Universidad Santo Tomás. La sección "Entrevista en altamar" tenía previsto entrevistar a uno de los editores del libro, Pablo Felipe Gómez, docente e investigador de la Facultad de Comunicación Social, quien no pudo asistir; por lo tanto, las realizadoras se encargaron de comentar sobre el libro, sus capítulos y reflexiones.

Mayo

[Programa mayo \(Anexo 6\)](#)

[Publicación mayo \(Anexo 7\)](#)

La promoción del segundo programa, realizada un día antes de su emisión en la cuenta de Instagram de Marina Stereo, permitió dar a conocer la temática y motivar a los oyentes a sintonizar *Navegando en el Siglo XXI*.

El 29 de mayo, a las 11:00 a.m., las comunicadoras iniciaron el programa con una discusión sobre la tecnología actual y cómo los avances tecnológicos impactan la vida de las personas. El debate adoptó un formato en el que una de las locutoras presentaba los beneficios de la tecnología, mientras la otra resaltaba los retos y desventajas. Un artículo académico titulado *El impacto negativo de las tecnologías en los adolescentes y jóvenes*, de la licenciada cubana Rosa de la Caridad Bermello, fue un aporte clave al desarrollo del programa, proporcionando un enfoque académico sobre los efectos de la tecnología. En la sección "Navegando con la radio", se informó a los ciudadanos sobre el cierre progresivo de estaciones de Transmilenio a

lo largo de la avenida Caracas debido a la construcción de nuevas vías y del Metro de Bogotá. Finalmente, en "Entrevista en altamar", Paula Sofía Rodríguez, estudiante de Psicología y Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás, respondió preguntas fundamentales para entender los impactos de la tecnología en las personas.

Junio

[Programa junio \(Anexo 8\)](#)

Publicaciones:

[Expectativa junio \(Anexo 9\)](#)

[Post junio \(Anexo 10\)](#)

[Historias: Revisar historia destacada 1 y 2 \(Anexo 11\)](#)

La campaña de expectativa para el programa del 26 de junio buscaba motivar a los oyentes a dialogar sobre un tema muy relevante y actual: el amor propio.

El programa comenzó diferenciando entre amor propio y narcisismo, utilizando el mito de Narciso como referencia para abrir el debate. Durante la sección "Al aire con Marina Stereo", se mencionó el trabajo de grado de Filosofía de María Noriega, quien analizó la crítica al consumismo formulada por el sociólogo polaco Zygmunt Bauman en su obra *Modernidad Líquida*, conectando este análisis con la construcción del amor propio. Se discutieron las consecuencias de la falta de amor propio, experiencias personales de las locutoras sobre el tema y algunas formas de fortalecer la autoestima y el amor propio.

En "Navegando con la radio", se compartió información sobre los próximos conciertos en la ciudad, como *Vive la Salsa* y los distintos eventos de los "Festivales al

Parque" organizados por el Instituto Distrital de las Artes (IDARTES). En la sección "Entrevista en altamar", se conversó con Edwin Reyes, un joven que habló sobre su experiencia trabajando en el fortalecimiento del amor propio y los tabúes que la sociedad impone a los hombres en torno a este tema.

Julio

[Programa julio \(Anexo 12\)](#)

En el programa del 26 de julio se habló sobre cómo las distintas culturas celebraban el solsticio de verano en el hemisferio norte, las actividades de verano y cómo Colombia vive las vacaciones de mitad de año. En la emisión se inició hablando sobre lo que se puede hacer en el siglo XXI durante el verano, y las actividades para sacar provecho durante este periodo de vacaciones como: las actividades al aire libre, los nuevos aprendizajes (cursos de inglés, voluntariado etc.), los viajes ya sea al exterior o nivel nacional y la exploración de nuevas culturas, paisajes, y biodiversidad de especies. A la vez en este programa se hizo una charla sobre lo que se hace tradicionalmente en el verano y las experiencias que muchos hemos vivido desde pequeños con nuestras familias.

Durante el programa no solo se habló acerca del verano en Colombia, también se habló de los festivales que se hacen en otros países ya sea en Europa, América y Asia, retratando las culturas del cono norte.

Por esos meses del 2024 se vivieron muchas experiencias, como la Copa América, y la final entre la selección Argentina y la selección Colombia, partidos que unieron a muchos Colombianos, de aquí fluye la idea de las vacaciones de verano.

Posteriormente, en "Entrevista en altamar" se entrevistó a un joven quién había viajado al extranjero para pasar sus vacaciones y vivir esa temporada en otro país.

Agosto

[Programa agosto](#) (**Anexo 13**)

[Publicación agosto](#) (**Anexo 14**)

El programa al que llamamos Economía Campesina, lo acoplamos a este mes de agosto, ya que fue un tema solicitado por muchos seguidores y radioescuchas. Ya que en la actualidad muy poco se debate sobre la problemática y las vivencias de los campesinos colombianos. La economía campesina, se ha invisibilizado en los diálogos económicos de país, dejándose de lado uno de los hitos de la sociedad actual colombiana.

Abarcamos la pregunta para dar inicio al programa: ¿Qué es la economía campesina? De ahí fluye la contextualización del tipo de trabajo que hacen los campesinos, cuál es su ganancia día a día, y cómo es su estilo de vida junto con sus familias. Se debatió que los campesinos y los espacios agrícolas y ganaderos, han sido explotados hasta ahora por los mercados mundiales y nacionales de materias primas, alimentos y mano de obra y actualmente por los grupos transnacionales del capital. Para la sección de entrevistas, se le preguntó a varias personas qué entendían por economía campesina.

Septiembre

[Programa septiembre](#) (**Anexo 15**)

[Publicación:](#) Revisar 4 últimas historias destacadas (**Anexo 16**)

El programa radial del 25 de septiembre se enfocó en la cultura general, abordando temas relacionados con deportes, música y literatura. Ofreció a los oyentes una amplia gama de información y entretenimiento relacionado con la cultura general no solo en Colombia si no también en muchas partes del mundo.

En la sección de deportes, se discutieron las últimas noticias y acontecimientos importantes en el mundo del deporte, incluyendo resultados de partidos, fichajes y eventos destacados, resaltando el deporte nacional de Colombia: *El Tejo*. En cuanto a la música, se presentaron diferentes géneros musicales, artistas y canciones populares del momento. También se destacaron recomendaciones de álbumes y conciertos próximos. Por último, en la sección de literatura, se habló sobre libros recomendados, autores destacados y noticias relevantes en el mundo de la literatura. Se incluyeron reseñas de libros recientes, así como sugerencias de lecturas para los oyentes.

Pasando a la “Entrevista en altamar”, nos acompañó una estudiante de la Universidad Santo Tomás de séptimo semestre de comunicación social, conocedora amplia de la cultura general, pero en esta entrevista quisimos abordar preguntas sobre literatura en el ámbito de cultura general, ya que la estudiante conocía todo tipo de libros, desde los más relevantes en la historia, hasta los menos conocidos por los lectores pero recomendables para muchos.

Octubre

[Programa octubre \(Anexo 17\)](#)

[Publicación octubre \(Anexo 18\)](#)

El día 30 de octubre del 2024, el programa radial “*Navegando en el siglo XXI*” exploró en profundidad el tema del uso del testeo animal en distintas industrias, como resultado de una sociedad donde prima el consumo y las lógicas de mercado. A lo largo del programa se abordaron tanto los avances hacia la reducción de estas prácticas como los desafíos persistentes en el mercado mundial. Se destacaron varios puntos clave que ilustran el estado actual y los esfuerzos para mejorar las alternativas a la experiencia.

El programa también hizo mención a las políticas que diversos países latinoamericanos han implementado para restringir la experimentación con animales,

especialmente en la industria cosmética. En México, Brasil y Colombia, se han aprobado leyes que prohíben el uso de animales para probar cosméticos, lo cual ha sido un paso significativo hacia la reducción del uso de animales en laboratorios. Estas restricciones buscan incentivar el uso de alternativas tecnológicas, aunque se concluyó que el uso de animales en el ámbito de la salud aún es necesario en ciertos casos, especialmente cuando no se dispone de métodos alternativos que sean suficientemente efectivos.

Este programa proporcionó una visión global sobre los avances hacia la reducción del uso de animales en pruebas de productos químicos, destacando las innovaciones tecnológicas y el impulso regulatorio para adoptar alternativas. Aunque persisten desafíos en ciertos sectores, la tendencia global es clara: minimizar la experimentación animal tanto por razones éticas como científicas, promoviendo la innovación y la colaboración internacional para encontrar soluciones sostenibles.

Noviembre

[Programa noviembre](#) (Anexo 19)

El programa radial del 27 de noviembre abordó el impacto del cambio ambiental en la salud global y la relevancia de los remedios caseros y naturales en la actualidad. Se discutió cómo la degradación del ambiente, el cambio climático y la contaminación han incrementado problemas de salud como las enfermedades respiratorias, las alergias y el estrés, afectando especialmente a poblaciones vulnerables. Adicionalmente, se abordó la salud desde una perspectiva holística y poco convencional.

Para abordar la perspectiva desde una mirada no occidental, se invitó a Paula Sofia Rodríguez quién realizó su trabajo de grado de psicología desde la medicina tradicional indígena y cómo estas prácticas hacen parte de otras concepciones de salud.

RESULTADOS

Productos y servicios

Se realizaron 8 programas radiales con una duración de 1 hora cada uno. La temática de cada uno fue el resultado de una indagación inicial sobre un público general de 40 personas con mayoría mujeres (80%) y la mitad de los encuestados tenía más de 40 años. Los principales intereses en cuanto a qué tema les gustaría escuchar y aprender en la radio giraban en torno a tecnología 20% y 15% respectivamente; salud mental 30% y salud en general 10%, actualidad 40% y 20%, aprendizaje de cultura general 28% y noticias 10%.

El segundo programa abordó los beneficios y desafíos de las tecnologías actuales. La psicóloga Paula Sofía Rodríguez expuso sus implicaciones en el ámbito psicosocial, relacionándolo con la categoría causal de Alemán y García (2018), donde se señala que la información y la digitalización influyen en la sociedad contemporánea. El tercer programa trató el tema del amor propio desde una perspectiva de salud mental. El invitado compartió su experiencia personal, ya que, según el filósofo Byung-Chul Han, en nuestra sociedad las limitaciones actuales surgen desde el interior. El cuarto programa surgió en el marco de la celebración del verano en el hemisferio norte y contribuyó al conocimiento de cultura general. Se entrevistó a un joven estudiante de la Universidad Santo Tomás, quien relató su experiencia veraniega en Estados Unidos. El quinto programa explicó la economía campesina en la región, realizando un vox populi para conocer qué entiende la gente por este concepto. El sexto programa se centró en la cultura general musical y deportiva. La invitada, una estudiante de séptimo semestre de Comunicación Social, explicó qué convierte a un texto literario en un clásico y compartió sus favoritos. El séptimo programa abordó el maltrato animal relacionado con el testeo de productos químicos, un tema poco visibilizado en los medios de comunicación. Esta problemática, consecuencia de las lógicas de mercado

actuales, se relaciona con la categoría sinécdoque de Alemán y García (2018). Dos estudiantes que realizan su trabajo de grado sobre esta temática profundizaron en aspectos clave. Finalmente, el octavo programa abordó la salud desde una perspectiva tradicional y popular, contando con la participación de Paula Sofía Rodríguez, quien compartió los hallazgos de su investigación y trabajo de grado sobre medicina ancestral indígena.

Parte de los servicios entregados fue la creación de contenidos mediáticos. Para tal efecto, se realizaron 6 publicaciones y 8 historias, adicionalmente dos playlist de Spotify para dos capítulos particulares.

Fecha	Tema	Formato	Métrica	Número
24/04/24	Primer programa	Post	Me gusta Comentarios	26 1
28/05/24	Era digital	Post	Me gusta	4
22/06/24	Amor propio	Reel	Alcance Me gusta	246 6
26/06/24	Amor propio	Post	Me gusta	5
28/06/24	Amor propio	Historia	Alcance	53
28/06/24	Amor propio	Historia	Alcance	54
3/09/24	Economía campesina	Carrusel	Me gusta	40
19/09/24	Cultura general	6 Encuestas en historias	Respuestas	6
29/10/24	Maltrato animal	Post	Me gusta	4

Tabla 9. Resultados - Redes sociales

Características

La característica principal en la elaboración del espacio radial residió en generar diálogos sobre la actualidad y compartir conocimientos científicos o populares para cada uno de ellos. Estos temas resultaron de un análisis de los intereses comunes de un público amplio, las necesidades comunicativas de Marina Stereo comprendidas por el diagnóstico a través de

dos entrevistas no estructuradas, el análisis de las parrillas de contenido de las emisoras más escuchadas en Colombia. En segundo lugar, Navegando en el Siglo XXI contó con cinco secciones: “Viento en popa” donde se realiza el saludo y una breve introducción; en “Al aire con Marina Stereo” las estudiantes, bajo una investigación previa, tratan el tópico del día; en seguida “Navegando con la radio” hará una breve pausa para tocar un hallazgo o actividad relevante del mes; después se retoma la tesis del día con un invitado en “Entrevista en altamar”; y finalmente el programa concluye con “Desembarque final”.

CONCLUSIONES

Es necesario fomentar espacios comunicativos públicos e institucionales para contribuir a la creación de diversos programas radiales que no sigan las lógicas ni los formatos comerciales, con la finalidad de contribuir a diálogos culturales y abiertos a los intereses comunes de la población. Si bien, Marina Stereo no es una radio cultural, el programa Navegando en el siglo XXI contó con las características de la radio cultural establecidas por la UNICEF. Por un lado, los programas abordaron la actualidad aportando distintas miradas y fomentando el aprendizaje de las distintas temáticas, ya que cada programa contaba con una investigación rigurosa para producir contenidos desde el conocimiento y no la opinión. Además, al invitar a distintos estudiantes para que compartieran sus hallazgos investigativos sobre los temas tratados se apoyó a la divulgación científica. Por último, los programas de cultura general, salud desde perspectivas no científicas y el que relató cómo se celebraba el solsticio de verano en el hemisferio norte resaltaron la cultura e historia universal.

Por otro lado, hubo una unidad en las temáticas solicitadas en la encuesta, lo que da cuenta de una preocupación general (sin importar el rango poblacional) en conocer algunos

hitos que marcan la actualidad y que han sido discutidos desde algunas esferas de la filosofía en su esfuerzo por analizar la sociedad actual. Pues históricamente los humanos han comunicado pensamientos, inquietudes y desacuerdos frente a su presente temporal, y este programa abrió las puertas para el debate en uno de los medios masivos más importantes de Colombia por su facilidad para llegar a todas las regiones del país y, especialmente, por emitirse en una radio institucional con presencia en distintos departamentos. En el caso del siglo XXI, se esperaba impactar a distintos nichos poblacionales, ya que no hay muchos programas radiales centrados en la actualidad en las emisoras más escuchadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Agamben, G. (2007). *Infancia e historia* (Segunda edición). Adriana Hidalgo.
<https://historiadelmundomoderno.wordpress.com/wp-content/uploads/2023/01/infancia-e-historia-2.pdf>
- Alaya, G. (2006). Hechos noticiosos, tratamientos explosivos. *Grupo de Investigación en Estudios Sociopolíticos*. <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/409ae985-d47a-4a18-bc9b-7eeff8bfcc4/content>
- Alemán, P., & García, A. (2018). La conceptualización de la sociedad actual: Aportaciones y limitaciones. *Revista Castellano*, 24, 15-26.
<https://doi.org/10.20932/barataria.v0i24.380>
- Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones* (Segunda edición). Ediciones G.
- Blu Radio. (s. f.). Programas. <https://www.bluradio.com/programas>
- Bonfante, C. (2019). *La opinión pública y sentido común El papel de la prensa en Cartagena sobre la separación de Panamá en 1903* [Universidad de Cartagena].

<https://repositorio.unicartagena.edu.co/server/api/core/bitstreams/62ab2a6f-cf3f-48a4-a88b-2f3d20ece61b/content>

Bourdieu, P. (1989). El espacio social y la génesis de las «clases». *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 3(7), 27-55.

<https://www.redalyc.org/pdf/316/31630703.pdf>

Bushnell, D. (2019). *Colombia, una nación a pesar de sí misma* (Quinta edición). Ariel.

Caballero, A. (2018). *Historia de Colombia y sus oligarquías*. Planeta.

Caracol Radio. (s. f.). Programas, <https://caracol.com.co/programas/>

CNC. (2023). Blu Radio es la emisora hablada con más audiencia: Volvió a superar a Caracol Radio [Centro Nacional de Consultoría]. pulzo.com.

<https://www.centronacionaldeconsultoria.com/post/blu-radio-es-la-emisora-hablada-con-mas-audiencia-volvio-a-superar-a-caracol-radio>

Derrida, J. (1994). Deconstruir la actualidad. *El ojo mocho*, 5.

<https://www.hugoperezidiart.com.ar/sigloXXI-cl2012/derrida-1994.pdf>

Fernández, D. (s. f.). La comunicación como saber experto. En *Comunicación aplicada*. Comunicación Social ediciones y publicaciones.

<https://www.comunicacionsocial.es/media/comunicacionsocial/files/sample-108078.pdf> <http://coralito.umar.mx:8383/jspui/bitstream/123456789/1539/1/80-M%c3%a9todolog%c3%ada%2bde%2bla%2binvestigaci%c3%b3n.pdf>

Fernández, J. (2013). Capital simbólico, dominación y legitimidad. Las raíces weberianas de la sociología de Pierre Bourdieu. *Papers*, 28(1), 33-60.

https://ddd.uab.cat/pub/papers/papers_a2013m1-3v98n1/papers_a2013m1-3v98n1p33.pdf

Garcés, R. (2007). La crisis del discurso radiofónico. *Revista Latina de Comunicación Social*, 227-232.

<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1306/2051>

- García, R. (2019). *Aproximación a ciertas nociones de historicidad en la prensa colombiana durante la Independencia e inicios de la República en Colombia (1810-1827)*. 38, 393-417. <https://doi.org/10.12795/araucaria.2017.i38.18>
- Hardt, M., & Negri, A. (2000). *Imperio* (Harvard University Press).
https://drive.google.com/file/d/0B8i_fahFU7-hMWpiX0hzZW56TVU/edit?resourcekey=0-ywCHzl1ofsni1WP1hCaNdA
- Klein, H., & Vinson II, B. (2013). *La esclavitud en América Latina y el Caribe* (Segunda edición). El Colegio de México.
https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=IV2XAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=esclavitud+africana+am%C3%A9rica+latina&ots=eCGj_vGtoM&sig=g03y9FhsggCPjunvK6mYJLCue_E#v=onepage&q=esclavitud%20africana%20am%C3%A9rica%20latina&f=false
- López, T. (2023). *Cómo se escucha la radio en Colombia [Radionotas]*. Audiencia.
<https://radionotas.com/2023/08/01/como-se-escucha-radio-en-colombia/>
- Meisel, A., Uribe, M. A., & Henrik, C. (2021). *Economías prehispánicas de Colombia*. Banco de la República.
- Pineda, R. (2005). EL LABERINTO DE LA IDENTIDAD símbolos de transformación y poder en la orfebrería prehispánica de Colombia. En *Oro de Colombia: Chamanismo y orfebrería* (pp. 17-92). <https://museo.precolombino.cl/wp-content/uploads/2020/10/Oro-de-Colombia.-Chamanismo-y-orfebreriapdf.pdf#page=18>
- Pineda, R. (2023). Prólogo. En *La Vorágine* (Cosmográfica).
https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=B1QZEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=la+voragine&ots=-D1I485hgE&sig=BaF7Y0NFTKCgZ45UByBm-CWMOSg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Quintero, G. (2012). De la sociedad de los locos a la sociedad de los cansados. *Culturales*, 2, 321-328. <https://www.scielo.org.mx/pdf/cultural/v5n2/2448-539X-cultural-5-02-00321.pdf>
- RCN Radio. (s. f.). Programas. <https://www.rcnradio.com/programas>
- Radl, R. (s. f.). Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. Elementos de violencia simbólica en el medio televisivo. *Revista Latina de Sociología*, 1, 156-181. https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12003/RLS_1_2011_art_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- UNICEF. (2006). *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo* (Primera edición). EDUPAS.
- Uribe, D. (s. f.). *Los comienzos de la radio en Colombia* (No. 7) [Audio]. <https://open.spotify.com/episode/4wekpdJvbJqRH8SIHUwUpI?si=O-0cOeO8TnS16zZhHXpRyw>
- W Radio. (s. f.). Programación. <https://www.wradio.com.co/programacion/>
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas* (Primera edición). Ediciones Paidós.
- Zambrano, W. (2018). Artículo La radio comercial en Colombia. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo. *Signo y pensamiento*, 37(72). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp37-72.rccn>

ANEXOS

Anexo 1. Benchmark.

[Benchmark .xlsx](#)

Anexo 2. Estudio de mercado

[Estudio de mercado.xlsx](#)

Anexo 3. Cronograma

[Cronograma proyecto de grado-Armada Nacional .xlsx](#)

Anexo 4. Programa abril [https://soundcloud.com/ana-gutierrez-](https://soundcloud.com/ana-gutierrez-521900053/piloto?si=dee130fb09174782bb60ae417397f1f9&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

[521900053/piloto?si=dee130fb09174782bb60ae417397f1f9&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing](https://soundcloud.com/ana-gutierrez-521900053/piloto?si=dee130fb09174782bb60ae417397f1f9&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

Anexo 5. Publicación abril

https://www.instagram.com/p/C6KZJE3utjR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==

Anexo 6. Programa mayo [https://soundcloud.com/ana-gutierrez-521900053/desafios-](https://soundcloud.com/ana-gutierrez-521900053/desafios-tecnologicos?si=01ce9066ab634bfe9f823f73fa2d81c6&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

[tecnologicos?si=01ce9066ab634bfe9f823f73fa2d81c6&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing](https://soundcloud.com/ana-gutierrez-521900053/desafios-tecnologicos?si=01ce9066ab634bfe9f823f73fa2d81c6&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

Anexo 7. Publicación mayo

https://www.instagram.com/p/C7hL_eTp_xY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==

Anexo 8. Programa junio

[https://soundcloud.com/sofia-sanchez-828114099/navegando-en-el-siglo-xxi-](https://soundcloud.com/sofia-sanchez-828114099/navegando-en-el-siglo-xxi-amor?si=45c78dd6d700405cb1894dbd99c8a4aa&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

[amor?si=45c78dd6d700405cb1894dbd99c8a4aa&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing](https://soundcloud.com/sofia-sanchez-828114099/navegando-en-el-siglo-xxi-amor?si=45c78dd6d700405cb1894dbd99c8a4aa&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing)

Anexo 9. Expectativa junio

https://www.instagram.com/reel/C8if5HPvQe2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==

Anexo 10. Post junio

https://www.instagram.com/p/C8syuMJPdH6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Anexo 11. Historias destacadas 1 y 2.

https://www.instagram.com/marinastereo_arc?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==

Anexo 12. Programa julio

https://soundcloud.com/anagutierrez/llego-el-verano?si=169ac56ca6814019a2f33a04516135ea&utm_source=clipboard&utm_medium=txt&utm_campaign=social_sharing

Anexo 13. Programa agosto

https://soundcloud.com/ana-gutierrez-521900053/economia-campesina?utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing&si=d24eeb53394f4da5bf85ff8f0f27ea13

Anexo 14. Publicación agosto

https://www.instagram.com/p/C_eJZYyRl3G/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Anexo 15. Programa septiembre <https://on.soundcloud.com/yR6GGTqfEG9FWxBo8>

Anexo 16. Publicaciones septiembre. Revisar de la 3 a la 6 historias destacadas

https://www.instagram.com/marinastereo_arc?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==

Anexo 17. Programa octubre

<https://on.soundcloud.com/YF8LrGK7Reeqh6n7>

Anexo 18. Publicación octubre

https://www.instagram.com/p/DBt3gc5xCpF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Anexo 19. Programa noviembre

https://soundcloud.com/navegando-en-el-siglo-xxi-408414222/salud?si=14ac236a625b46caa8226f1dbb192bcc&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing

Anexo 20. Recibido Turnitin



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	ANA MARÍA GUTIÉRREZ SALAZAR
Título del ejercicio:	Revisión voluntaria de documentos en Turnitin # 1 Sec...
Título de la entrega:	Navegando en el siglo XXI
Nombre del archivo:	9833_ANA_MARIA_GUTIERREZ_SALAZAR_Navegando_en_el_sigl...
Tamaño del archivo:	488.5K
Total páginas:	50
Total de palabras:	10,016
Total de caracteres:	57,655
Fecha de entrega:	26-abr.-2025 09:58p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	2652103400

Anexo 21. Certificado Turnitin

Navegando en el siglo XXI

INFORME DE ORIGINALIDAD

6 %	5 %	1 %	2 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %
2	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Trabajo del estudiante	1 %
3	Submitted to Universidad de Xalapa A. C. Trabajo del estudiante	1 %
4	www.armada.mil.co Fuente de Internet	<1 %
