

La onda del emprendimiento educativo

The Wave of Educational Entrepreneurship



 <https://doi.org/10.52948/germina.v6i6.1017>

**MAYELY ANDREA CASTELLANOS
ADAMES**



mayeyiss@gmail.com



<https://orcid.org/0009-0005-5760-9954>

JHON NORBERTO LÓPEZ AGUILAR



jhonlopez.periodista@gmail.com



<https://orcid.org/0009-0004-3541-6441>

SERGIO ANDRÉS PINILLA GORDILLO



sergio.pinilla.1998@gmail.com



<https://orcid.org/0009-0001-8662-5241>

SIMEÓN ALBERTO PRIETO RODRÍGUEZ



sapr0713@gmail.com



<https://orcid.org/0009-0009-0979-9537>

ADA ALEXANDRA FALLA



adafalla8@gmail.com



<https://orcid.org/0009-0009-8315-9204>

Semillero Horizontes

Fundación Universitaria Horizonte

Artículo de investigación formativa

Recepción: 6 de septiembre de 2023

Aceptación: 8 de julio de 2024

Vol. 6 Núm. 6

ISSN: 2665-4032 (En línea)

Resumen

Donde hablan los emprendedores: Emisora Universitaria Online Saber Radio nace como una necesidad de implementar una propuesta radial online para la Fundación Universitaria Horizonte que promueva en la comunidad educativa el desarrollo de competencias investigativas, creativas y de participación ciudadana. Este proyecto busca establecer una estrategia de trabajo que permita la creación estructural de la emisora institucional universitaria, asegurando la disponibilidad de los recursos tecnológicos y humanos para su puesta en marcha. También hace parte de la apropiación práctica de los conocimientos adquiridos en la formación académica de los estudiantes de la Fundación. Tiene un enfoque mixto, utilizando técnicas de recolección de datos a través de encuestas, entrevistas y trabajo de grupo focal a partir de la pregunta ¿cuál es el beneficio de tener un medio de comunicación online en la Fundación Universitaria Horizonte? Entendiendo la necesidad de crear un ambiente que fortalezca las acciones como individuos proyectándose a lo colectivo; un espacio que conjugue la parti-

cipación ciudadana e involucrar a la comunidad educativa en nuevos desafíos sociales, generando experiencias de integración comunicativa para quienes deseen expresarse y crear proyectos de investigación y cambio en la comunidad. Es una estrategia de posicionamiento, alcance y proyección para sus estudiantes y los que pueda atraer con esta propuesta pedagógica, enfatizando que a mediano plazo la emisora sea un instrumento que permita la creación de proyectos que tengan un impacto nacional a través de la formación de líderes emprendedores.

Palabras clave:

emprendedores; proyectos; emisora; estrategia; estudiantes; investigación.



Reconocimiento-SinObraderivada 4.0 Internaciaonal (CC BY-NC-ND)

Abstract

Where entrepreneurs speak: Saber Radio online university station was born as a need to implement an online radio proposal for the Horizonte University Foundation to promote development of investigative, creative and participative skills in the educational community. This project seeks, in the first place, to establish a strategy that allows the creation of a campus radio station, ensuring availability of technological and human resources for its implementation. Second, as part of a practical appropriation of the knowledge acquired in academic training of students at the Horizonte University Foundation. This research combines qualitative and quantitative approaches, using data collection methods and techniques through surveys, interviews, and focus groups, based on this question: What is the benefit of having an online communication medium at the Horizonte University Foundation? Within the theoretical guidelines, project-based learning, media literacy, from investigative, creative and citizen participation skills are taken as a basis. Finally, the creation of a campus radio for Horizonte University Foundation is necessary, because with it, students of different academic programs will have a space to carry out their practices and take theoretical knowledge from classroom, to apply it as a positioning strategy of the institution, and attract more people with this pedagogical proposal, emphasizing that in the medium term, the campus radio is an instrument that allows creation of projects for a national impact through the training of entrepreneurial leaders.

Keywords: entrepreneurs; project; station; strategy; students; investigation.

Introducción

La Fundación Universitaria Horizonte tiene como principio potenciar a líderes emprendedores en la esfera de la participación ciudadana con sus proyectos y a través de ellos redirigirlos a la búsqueda de la felicidad para concebir el logro de sus objetivos. Sin embargo, un vacío dentro de la institución está en los procesos de comunicación internos y externos: algunos conceptos teóricos se van alejando de su aplicación práctica debido a que no se cuenta con un medio de comunicación que permita expandirlos y ejecutarlos para cumplir finalmente con esa proyección social institucional.

Así, como punto de partida se plantea la pregunta ¿cuál es el beneficio de tener un medio de comunicación online en la Fundación Universitaria Horizonte? Dentro del estudio realizado a través de las entrevistas, encuestas y trabajo con el grupo focal se logró identificar que la creación de la emisora online traería un beneficio a los estudiantes actuales en el aprovechamiento de este espacio para la práctica profesional. A su vez, a la institución porque la pone a la par con otras que ya cuentan con medios de comunicación, permitiéndole competir con su factor diferenciador de proyección empresarial y social; además del posicionamiento en reconocimiento como una institución que a la vanguardia en el ámbito local y nacional.

Es importante identificar cómo la radio ha venido convirtiéndose en una herramienta dentro de las instituciones universitarias, con su origen a inicios del siglo XX. Desde entonces se ha implementado una gran cantidad de proyectos radiales universitarios en varios países entre los que se pueden mencionar Estados Unidos y Reino Unido y en América Latina México, Argentina y Colombia. En ese sentido, se registra un promedio

de 2000 emisoras alrededor del mundo (Rodríguez, 2015); en nuestro país 73 organizadas así: nueve AM, 38 FM y 26 virtuales; de 55 universidades ubicadas geográficamente en 20 ciudades capitales y 12 municipios de Colombia, según los datos suministrados por la Red de Radio Universitaria de Colombia (s.f.) “ubicadas geográficamente en 20 ciudades capital y 11 municipios de Colombia. La RRUC no es una cadena radial, no es un medio, es la agremiación que agrupa las radios universitarias en Colombia”.

La radio se ha convertido en el medio masivo de las universidades por encima de la televisión y la prensa universitaria, gracias a su componente estratégico que ha permitido el desarrollo de una comunicación que afianza la divulgación de las actividades e investigaciones realizadas por las universidades de una manera más dinámica y eficaz. Adicionalmente, se ha transformado en el recurso usado para la estrategia de marketing y publicidad para cada uno de los departamentos que conforman las instituciones universitarias (Rodríguez, 2015).

Por otra parte, está el componente pedagógico, de vital importancia para la creación de los contenidos que se distribuirán dentro de la parrilla de programación. Para ampliar este tema se debe señalar el aprendizaje basado en proyectos (ABP), una estrategia educativa que permite a los estudiantes adquirir conocimientos, habilidades y competencias mediante la realización de proyectos que abordan problemas reales y complejos. En Colombia, diversos autores han destacado la importancia del ABP para el desarrollo de competencias investigativas, creativas y de participación ciudadana en la educación superior (Cárdenas y Escudero, 2012; Tobón y García, 2016).

Adicionalmente al ABP, otro componente pedagógico a tratar es el de la alfabetización mediática. Básicamente hace referencia al conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para comprender y utilizar los medios de comunicación de manera crítica y reflexiva. En Colombia la alfabetización mediática es un tema relevante en el contexto educativo y se ha discutido sobre la importancia de desarrollarla para fomentar la participación ciudadana y el desarrollo de habilidades críticas en los estudiantes (López y Castro, 2016; Colombia Aprende, 2024).

El último eje por trabajar son las competencias, entendiéndolas como el conjunto de conocimientos, actitudes, disposiciones y habilidades (cognitivas, socioafectivas y comunicativas), relacionadas entre sí para facilitar el desempeño flexible y con sentido de una actividad en contextos relativamente nuevos y retadores. Por lo tanto, la competencia implica conocer, ser y saber hacer.

Encontramos unos subgéneros dentro del concepto de competencia y para el caso propio de este proyecto se aborda la competencia investigativa: las competencias investigativas son habilidades fundamentales para el desarrollo de la investigación científica. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), implican la capacidad de formular preguntas, identificar fuentes de información, recolectar y analizar datos; así como la capacidad de interpretar y comunicar resultados de forma efectiva.

De igual manera, la emisora online profundiza en las competencias creativas, como habilidades que permiten la generación de ideas y la solución de problemas de manera innovadora. Estas destrezas son cada vez más importantes en un mundo cambiante y competitivo. Asimismo, fortalece la competencia de participación ciudadana, es decir, la capacidad de los ciudadanos para involucrarse en la toma de decisiones y en la construcción de su entorno social y político, a través de la creación de contenidos de pensamiento crítico y ciudadano. En Colombia diversos autores han resaltado la importancia de impulsar la participación ciudadana en la educación para formar ciudadanos críticos y comprometidos con la sociedad (Giraldo, 2017; Guanipa y Angulo, 2020).

Bajo las premisas señaladas y teniendo en cuenta la importancia de la creación de un medio de comunicación en las instituciones universitarias, el paso a seguir será su implementación. Lo anterior, teniendo en cuenta la parte operativa de adquisición de equipos, selección y formación del personal de producción y la ejecución de un cronograma para la puesta en marcha de la creación de los contenidos a transmitir.

Método y materiales

Partiendo de la elaboración de una encuesta aplicada a estudiantes de la Fundación Universitaria Horizonte, como los principales protagonistas en la producción y consumo de los contenidos a realizar en la emisora online de la institución mencionada. De igual manera se realizó el análisis de los testimonios obtenidos a través de entrevistas a profesionales en la rama de la comunicación y expertos en medios digitales universitarios y la cartografía social. Con estas herramientas se pudieron obtener resultados de tipo cualitativo y cuantitativo, con una población de estudiantes activos con edades entre los 20 y 30 años, elegidos de manera equitativa en género y con una representación social equivalente a los estratos dos al cuatro. Dicha selección tiene como fundamento ser el público objetivo.

Resultados

Como se mencionaba, uno de los métodos de recolección fue a través de la encuesta que permitió agrupar la información que nos dio como resultado la percepción que tienen los estudiantes activos de la Fundación Universitaria Horizonte, es decir, la necesidad de contar con un espacio que permitiría la realización de la práctica de los conceptos propios del programa de formación y el posicionamiento de la institución en relación con otras de la misma formación académica, estratificación social y ubicación geográfica. Además del interés por ser partícipes en la creación de su contenido como productores o creadores tal cual como se señala en las siguientes figuras.

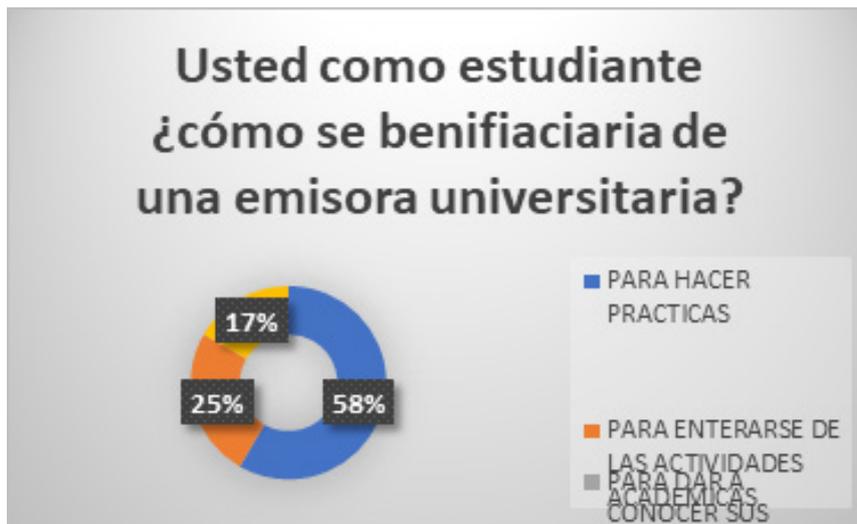
12 estudiantes fueron encuestados pertenecientes al programa de homologación de comunicación social, del horario de fin de semana. De ellos el 58% indica que la emisora los beneficiaría para hacer sus prácticas teóricas de los conceptos vistos en los diferentes créditos educativos. El 25% de los encuestados opina que le sería útil la emisora online para enterarse de las actividades académicas organizadas por la universidad y el 17% ve como un beneficio la publicación dentro de la emisora sus trabajos estudiantiles, haciendo referencia al aprendizaje basado en proyectos.

En la figura 2 se evidencia que el 100% de los encuestados indicó que es muy necesaria la creación de la emisora online para la Fundación Universitaria Horizonte. En la figura 3, del 100% de los encuestados, el 92% mostró su interés en participar en la emisora online para la Fundación Universitaria Horizonte, ya sea como productor o realizador de contenidos para la parrilla de programación. A su vez, tan solo el 8% descartó la posibilidad de ser parte en la producción o creación de contenido para la emisora online.

Sobre la figura 4, el 92 % de los encuestados encuentra útil la creación de la emisora para el desarrollo de sus actividades académicas, tanto en los créditos académicos como de los procesos de aprendizaje basado en proyectos. Por su parte, el 8% de los estudiantes encuestados considera que no es útil dentro de su proceso académico el que la universidad cuente con una emisora online.

Figura 1

Beneficio de contar con una emisora universitaria



Nota. Elaboración propia.

Figura 2

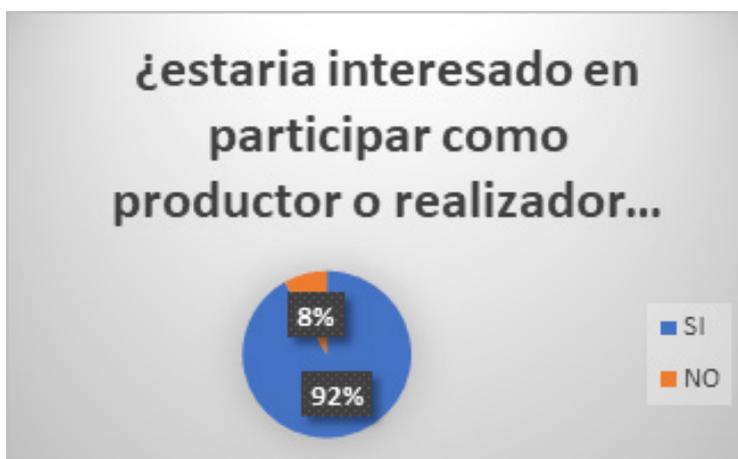
Grado de necesidad de contar con una emisora universitaria



Nota. Elaboración propia.

Figura 3

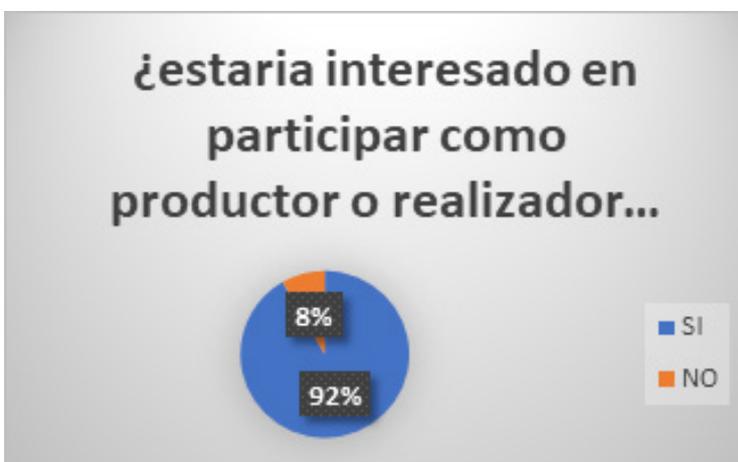
Interés de participar como productor o realizador en una emisora universitaria



Nota. Elaboración propia.

Figura 4

Utilidad de una emisora universitaria



Nota. Elaboración propia.

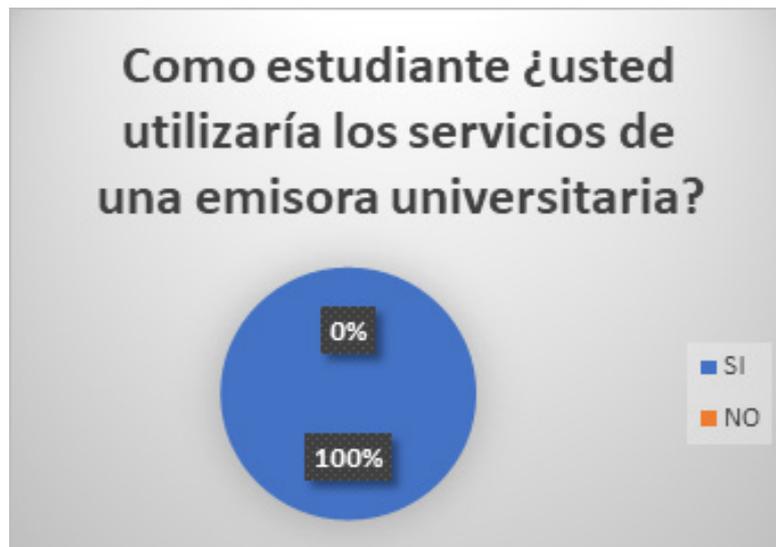
Finalmente, la figura 5 ilustra que el 100% de los estudiantes afirma que haría uso de los servicios de la emisora tanto en el contenido académico como en la información propia de las actividades de la Fundación Universitaria Horizonte.

A su vez, se realizó una entrevista al productor sonoro, periodista y productor de radio Oswaldo Morera Garzón. Frente a la pregunta basada en su experiencia como

profesional en medios: ¿cuál es el beneficio de la creación de un medio de comunicación online para la universidad? Al respecto afirmó: “la radio digital nos da la opción de poder replicar, mantener esa información para que pueda descargarla, tenerla, escucharla a la hora que quiera” (Comunicación personal, mayo de 2023).

Figura 5

Uso de los servicios de emisora universitaria



Nota. Elaboración propia.

Las personas tienen la posibilidad de acceder cuando quieran a información y llevarla a cualquier lado desde su dispositivo. También se convierte en un conjunto multimedia digital muy importante al brindar la posibilidad de tener video, fotografía y texto. Además, nos da la posibilidad de retransmitir la información. La radio es mágica y hace volar la imaginación, la radio online tiene un mayor alcance, ahí está el secreto.

Otro de los testimonios los aportó el comunicador social y profesor Leonardo Parrado frente a la pregunta: ¿la emisora ayudaría a la aplicación de los conceptos de equipamiento teórico-práctico en la producción de medios de comunicación? En ese sentido, confirmó la necesidad urgente que tiene la Fundación Universitaria Horizonte de tener presente un medio de comunicación que posibilite a los estudiantes afianzar sus conocimientos de manera práctica y, a su vez, sirva para llegar al ámbito laboral o a la creación de su propio emprendimiento.

Finalmente, la entrevista a Santiago Santacoloma, productor de radio y televisión, especialista en comunicación estratégica y creador de contenido; frente a la pregunta, si tuviera la oportunidad de asesorar a un grupo de estudiantes universitarios en la creación de contenidos ¿qué les aconsejaría? Él mencionó la relevancia de crear contenidos que hagan llamado a la acción o que sean breves: lastimosamente entre más corto es el contenido, es más exitoso. Hoy todo es más visual, prima la imagen sobre el texto. Hay que pensar en el público objetivo cuando hablamos de las redes sociales. También es cierto que los seres humanos somos sensaciones y emociones. De ahí los contenidos cortos con llamado a la acción funcionan.

Ahora la gente no quiere pensar. Pero si de contenidos largos e investigativos se trata, hay que apostar al podcast, ¿cuál es el secreto? los influencers son exitosos porque saben contar algo del diario vivir en un tiempo corto. Es decir, el beneficio de un medio de comunicación online en la universidad está en que la radio digital nos da la opción de poder replicar y albergar información para que pueda descargarla, tenerla, escucharla a la hora que quiera. Los seres humanos somos sensaciones, emociones. ¿Como capitalizar esto? A través de contenidos cortos, pero sin abandonar la investigación. En definitiva, estas entrevistas brindan el aporte a la investigación en cuanto a la importancia de un medio de comunicación en la institución; así como una estrategia para la creación y consumo de los contenidos que se produzcan desde la universidad.

La última herramienta usada en la investigación fue la cartografía social con el grupo focal de estudiantes de octavo y noveno semestre de comunicación social en edades comprendidas entre los 19 a los 35 años, de la Fundación Universitaria Horizonte. Ellos y ellas respondieron al cuestionamiento sobre el beneficio de tener un medio de comunicación online en la universidad. Esto permitió conocer los conceptos que tienen los estudiantes respecto al proyecto de orientación y aplicación de la creación de una emisora online universitaria, donde se apliquen los conceptos teóricos obtenidos en los distintos procesos de aprendizaje. A continuación, se evidencian algunas imágenes del proceso.

Dentro de su análisis el grupo focal A resaltó la importancia de la creación de la emisora universitaria Horizonte por ser un medio que ayudaría a los estudiantes en la práctica profesional y en el posicionamiento del nombre de la Fundación Universitaria frente a las instituciones del sector, tanto en la ubicación geográfica como en la estratificación social. Teniendo en cuenta que todo es un engranaje para que, desde lo administrativo, personal docente y estudiantes desarrollen el proyecto de la emisora online.

Dentro su propuesta el grupo focal B menciona que la emisora online está diseñada para captar la atención de estudiantes activos de todos los programas, nuevos estudiantes, egresados y docentes. Lo anterior, a través de una parrilla de programación con contenidos diversos y dinámicos que permitan el posicionamiento de la Fundación Universitaria Horizonte; así como la generación de identidad con la institución y el alcance a nuevos estudiantes.

Finalmente, el grupo focal C expone que dentro del desarrollo del proyecto se encuentra una dificultad: la parte económica. En ese sentido, se analiza qué pasa si el área administrativa de la Fundación Universitaria Horizonte no dispone de los recursos económicos para la puesta en marcha de la emisora online. Además ¿qué pasaría una vez finalizado el proceso académico con los estudiantes a cargo del proyecto? permitiendo con esto encontrar oportunidades de mejora para su avance y desarrollo, con la muestra de las dificultades que se pueden encontrar en el camino para cumplir el objetivo del proyecto.

Discusión

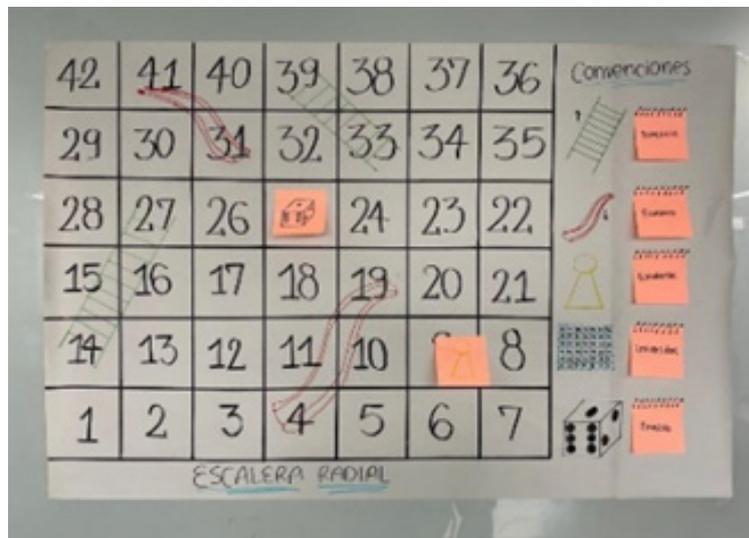
Más allá de ser un proyecto universitario, la emisora online es un mecanismo de participación tanto educativo como ciudadano. Para desarrollarlo como la emisora web de la Fundación Universitaria Horizonte, durante la investigación se lograron identificar grandes variables y, por tanto, nuevas formas de aprovechamiento. En este caso, a través del grupo focal se descubrió que no solo será un espacio para que los estudiantes realicen sus prácticas o los docentes visibilicen sus resultados académicos; también

Figura 7
Grupo focal B



Nota. Elaboración propia.

Figura 8
Grupo focal C



Nota. Elaboración propia.

Conclusiones

El trabajo investigativo de la creación de una emisora online para la Fundación Universitaria Horizonte permitió definir las siguientes conclusiones del proyecto. Primero, la emisora online será un medio de comunicación que permita el desarrollo de las habilidades académicas de los estudiantes de la institución mencionada, fortaleciendo su creatividad, imaginación, investigación y participación, apostando por la creación de nuevos contenidos que se acoplen a las nuevas dinámicas sociales y a las nuevas formas de comunicación.

Segundo, a través de la emisora online la Fundación Universitaria Horizonte podrá promocionarse y visibilizarse en el mercado académico como una opción de educación superior con alta capacidad de investigación, análisis y posicionamiento de marca. Tercero, de acuerdo con las personas entrevistadas se concluye que una emisora permite que los estudiantes creen sus propios contenidos y, a su vez, sirve como medio promotor de emprendimientos.

Cuarto, la participación ciudadana será relevante en el desarrollo de la emisora, por cuanto un porcentaje importante de su programación estará enfocado en abrir sus espacios a la opinión y el análisis público, para el provecho de los estudiantes, a través de las experiencias de profesionales externos a la universidad, quienes serán herramientas de aprendizaje académico. Quinto, la emisora online podrá convertirse en el producto bandera, vanguardista y pionero del semillero de investigación estudiantil Horizontes del programa de comunicación social de la Fundación Universitaria Horizonte.

Entonces, a partir de las entrevistas realizadas se identifica que los contenidos cortos dan un mayor alcance a los oyentes y consumidores de los programas. Hoy en día la radio digital brinda facilidad de acceso, se puede descargar, se apoya en imágenes y tiene mayor alcance. Esto permitirá consolidarse como un medio de comunicación con reconocimiento y veracidad asequible a todo tipo de público.

A partir del estudio del grupo focal C se reconoce un plan de inversión por parte de la Fundación Universitaria Horizonte, para la adquisición de los recursos económicos y con estos financiar los equipos necesarios para la adecuación de la emisora online, apoyando así al desarrollo educativo. Finalmente, es necesario preparar un grupo base de estudiantes, tanto en la producción como en la creación de contenidos, que pueda dar continuidad al funcionamiento de la emisora, bajo la asesoría de docentes y personal administrativo.

Referencias

- Colombia Aprende. (2024, mayo 17). *Alfabetización mediática e informacional en la educación: formar ciudadanos críticos y responsables*. <https://www.colombiaaprende.edu.co/agenda/tips-y-orientaciones/alfabetizacion-mediatica-e-informacional-en-la-educacion-formar>
- Guanipa, L. y Angulo, M. (2020). La identidad social en la educación: hacia una participación ciudadana. *Desde el Sur*, 12(1), pp. 155-166. <http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v12n1/2415-0959-des-12-01-155.pdf>

- Red de Radio Universitaria de Colombia. (s.f.). *XXI Encuentro RRUC*, Valledupar. <https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/>
- Rodríguez, D. (2015) *¿Qué significa hacer radio universitaria? Las nociones de educación y cultura en UN radio Bogotá, emisora de la Universidad Nacional de Colombia* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio institucional UNAL. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/60110?show=full>
- Tobón, S. y García, A. (2016). El aprendizaje basado en proyectos en la formación universitaria: una revisión de la literatura. *Educación y Educadores*, 19(1), 7-24.