



PROYECTO COMUNICACIONAL DE LA EMISORA JAVERIANA CALI 107.5 FM

Definición de la audiencia

En su ámbito de cubrimiento, la Emisora debería dirigirse a los siguientes públicos:

1. Público principal: jóvenes estudiantes de colegios y universidades entre 15 y 25 años y profesionales de 25 años en adelante.
2. Público secundario: oyentes que están en contacto con los estudiantes (padres de familia, docentes de colegios y universidades y orientadores vocacionales).

Objetivo General

Se recomienda poner en práctica lo que estipula el Número 33 del Reglamento Orgánico PUJ Cali: “la Emisora (...) tiene como finalidad la difusión de la cultura en sus distintas modalidades, en coherencia con el proyecto educativo de la Universidad”.

Objetivos Específicos

Con base en los principios éticos de la comunicación en términos de la relación entre libertad de expresión y responsabilidad social, y dentro de las normas legales vigentes en Colombia para la radiodifusión, la Emisora trabajará con los siguientes objetivos específicos:

Informar:

- Proporcionar elementos de contexto para ayudar a encontrar sentido al inmenso volumen de hechos y datos que presentan incesantemente los medios de comunicación (resignificar).



- Dar a conocer los programas y actividades de servicio a la sociedad que realiza la Universidad en la región y el país.
- Difundir los proyectos y acciones que desde la academia en general se realizan para la construcción de una sociedad más justa.

Educación:

- Contribuir al reconocimiento de los valores que hacen posible el desarrollo armónico de todas las dimensiones de la persona, de modo que pueda tomar decisiones responsables para su propia realización y el servicio a la sociedad.
- Propiciar la toma de conciencia de la ciudad como espacio ético y estético de convivencia y realización humana.
- Promover la idea de que el estudio y la investigación son formas de realización personal y de incidencia positiva en el desarrollo social.

Recrear:

- Generar nuevos espacios lúdicos que les permitan a los jóvenes expresar sus sentimientos, su manera de vivir y su concepción del mundo.
- Ofrecer alternativas de descanso y entretenimiento, entendiendo la recreación como renovación vital.

Construir opinión:

- Propiciar el reconocimiento de la pluralidad y el respeto a la diferencia en el pensamiento y las opiniones.
- Fomentar la comunicación participativa de los estudiantes y profesionales que con sus formas de argumentar contribuyan crítica y constructivamente a la formación de una nueva sociedad.
- Promover la imagen institucional de la Universidad.

Proyecto social que debe reflejarse en los contenidos

Como medio de comunicación radiofónica de la Pontificia Universidad Javeriana, la Emisora podría contribuir a la realización de la misión institucional en los siguientes aspectos:



- Análisis libre y crítico de la problemática regional y nacional, en órdenes tales como lo científico, técnico, religioso, cultural, económico, político y social, construyendo opinión pública y presentando modelos alternativos de participación en el país.
- Promoción de la instauración de una sociedad que ofrezca mejores condiciones de justicia y respeto a la dignidad humana, fundamentadas en la igualdad y la búsqueda de paz, el reconocimiento de las identidades culturales y el desarrollo integral.
- Diálogo entre fe y cultura, esto es, evangelización de la cultura propia de la región y del país, de modo que los valores evangélicos fecunden la vida de los oyentes.

Criterios axiológicos

1. Respeto por la persona.
2. Autonomía.
3. Juicio crítico.
4. Conciencia ambiental.
5. Perspectiva de género.
6. Conciencia global y local.
7. Compromiso social.
8. Espiritualidad.
9. Identidad.
10. Oportunidad.
11. Completitud.
12. Credibilidad.
13. Calidad.
14. Economía.

El Comité recomienda tener en cuenta este marco axiológico para toda la acción comunicativa de la Emisora.

Es importante señalar que cada estrategia o acción comunicativa no necesariamente debe contener explícitamente todos estos referentes, pero sí debe cuidar de que no se vulnere ninguno de ellos.



En este sentido, la comunicación debe ser axiológicamente comprometida, es decir, no neutral frente a los valores.

3. PROPUESTA DE TRABAJO DESDE 2005

Desde el punto de vista de la programación, la Emisora debe contribuir a posicionar a la Universidad como una institución con alta calidad académica, en concordancia con la Acreditación Institucional de Alta Calidad, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia.

El reto es hacerlo de manera atractiva, sin caer en academicismos ni en solemnidades que aburran a los oyentes.

Debe ser una emisora que **acompaña** a los oyentes en actividades de estudio, transporte y de descanso, con algunos programas informativos y de opinión referentes a temas de actualidad y de interés cultural.

Incluye programas de contextualización aprobados por la Dirección de la Emisora, emitiendo música moderna de rock y pop en español y otros idiomas, mezclando novedades con éxitos comprobados de todas las épocas.

Por otro lado, también deben crearse las condiciones para que en la emisora **opinen y se expresen** los jóvenes sobre la actualidad y la vida cotidiana, en contraposición a las otras emisoras que los convocan únicamente como concursantes y consumidores.

Desde el punto de vista informativo, el concepto clave para la emisora debe ser **contexto**. El rasgo diferenciador debería ser que además de lo noticioso, los oyentes obtengan las referencias suficientes para comprender y valorar críticamente la trascendencia de los hechos que transmiten los demás medios de comunicación de la ciudad y el país.



Este tipo de tratamiento le daría una “personalidad” a la programación informativa, porque la sacaría de la lucha diaria por la “chiva” y la noticia caliente, para la que no se cuenta con una infraestructura comparable a la de las grandes cadenas privadas, ni tiene relación con el proyecto educativo de la Universidad.

Pautas para el manejo de la programación:

1. La emisora puede ser el punto de encuentro de dos generaciones: adolescentes y adultos, del mismo modo que la academia es el lugar de encuentro de jóvenes y adultos al servicio del conocimiento.
2. Se debe privilegiar el material pregrabado y editado. Minimizar las intervenciones en vivo.
3. No darle al público sólo lo que quiere, sino lo que necesita. Además, sorprenderlo, proponerle y educarlo.
4. Tratar de hablar lo menos posible privilegiando el comunicar con sentido y pocas palabras.
5. Manejar bien la lengua española y cuidar la pronunciación de las palabras en otros idiomas.