

La radio web como herramienta para la formación en educación financiera

Web radio a tool for financial education teaching O rádio web como uma ferramenta para a formação em educação financeira

Javier Antonio Correa Gutiérrez¹

RESUMEN

La radio es uno de los mecanismos de comunicación más efectivos en la cobertura y divulgación de información por su alcance a todas las zonas urbanas y rurales de Colombia. En la actualidad, la radio tradicional ha migrado a plataformas web por las facilidades de conexión y amplitud a cualquier lugar del mundo. Por ello, el artículo tiene por objetivo determinar las características y funcionalidades educativas de la radio web como un medio innovador en el ámbito de la educación económica y financiera. Se realizó una búsqueda de estudios y experiencias de la radio en la educación que permitiera establecer la incidencia de este medio en los procesos educativos a nivel general. Se llevó a cabo un sondeo inicial entre la comunidad del Centro de Servicios Financieros SENA (CSF), cuyos resultados indican que la radio web puede ser una herramienta pertinente y viable para fortalecer las competencias básicas de educación económica y financiera.

Palabras clave: Radio web, educación económica y financiera, herramienta educativa.

SUMMARY

Radio is one of the most efficient mechanisms for communication covering and disclosing information to every urban and rural areas of Colombia. Actually, traditional radio has migrated to web platforms due to the advantages in terms of connection and coverage to any place on earth. For this reason, the article aims to determine the web radio features and educational functionalities as an innovative medium for financial education. An experience and studies research has carried out about the radio in the education to understand its influence in educational processes in a general level. An initial poll between the community from the Financial Services Centre SENA (FSC) was made, in which results indicate that the web radio can be an appropriate and viable tool to strengthen basic competences in economic and financial studies.

Keywords: Web radio, economic and financial education, educational tool.

RESUMO

O rádio é um dos mecanismos de comunicação mais eficazes na cobertura e divulgação de informações por seu alcance a todas as áreas urbanas e rurais da Colômbia. Na atualidade, o rádio tradicional migrou para plataformas web pelas facilidades de conexão e amplitude em qualquer lugar do mundo. Portanto, esse artigo tem como objetivo determinar as características e recursos educacionais do rádio web como um meio inovador no campo da educação econômica e financeira. Foi realizada uma pesquisa de estudos e experiências de rádio na educação que estabeleceria a incidência deste meio nos processos educativos em geral. Se realizou um levantamento inicial da comunidade do Centro de Serviços Financeiros SENA (CSF), os resultados indicam que o rádio web pode ser uma ferramenta relevante e viável para reforçar as competências essenciais de educação econômica e financeira.

Palavras-chave: Rádio Web, educação econômica e financeira, ferramenta educativa.

Fecha de recepción: 29 de abril de 2016 / Fecha de aprobación: 31 de mayo

En el contexto cultural, la población colombiana muestra comportamientos desacertados en el uso del dinero y la planificación de sus gastos a nivel económico, así como una baja apropiación de los servicios y productos disponibles en el sistema financiero colombiano. El 73% de los colombianos califica su conocimiento financiero como bajo o medio, debido a que la educación financiera recibida -tanto en la casa como en el colegio- fue deficiente. La gran mayoría de los colombianos no conoce los productos y servicios financieros, no comprende los conceptos, riesgos y oportunidades inherentes al sistema financiero. Sus consecuencias prácticas se evidencian en la exclusión del sistema financiero y la vulnerabilidad de estas poblaciones ante el fraude y la estafa de la informalidad financiera² (Old Mutual, 2015).

La radio web es un mecanismo que permite divulgar la información sobre educación económica y financiera (EEF) que deben adquirir los aprendices SENA y crear un medio que complemente su formación.

Método

La metodología se estableció como una revisión bibliográfica de las fuentes secundarias referentes a radio y educación, educación financiera y radio web para evaluar los datos investigados y determinar los aportes y variables usados en este medio de comunicación. Se le dio especial relevancia al modelo de la fenomenología descriptiva de Schütz quien indica que es por la interacción social que se experimenta en la realidad dependiendo del potencial interactivo en un entorno particular. Desde la

fenomenología se busca entonces acceder al marco de significación del fenómeno particular que es la radio web como mecanismo de comunicación y divulgación a partir de la interpretación de las experiencias que ese fenómeno supone. (Schütz, 1993).

Instrumentos

Durante la entrevista se recogieron los datos sociodemográficos de los aprendices que estudian en el CSF del SENA ubicado en la carrera 13 # 65-10, referidos a sexo, edad, estrato socioeconómico, escolaridad (medida en nivel educativo), escolaridad de los padres, hábitos de escucha de la radio, nivel de conocimiento en conceptos y productos financieros. Se aplicó un cuestionario desarrollado para evaluar las condiciones y características de los sujetos como posibles oyentes y consumidores de programas de EEF. La versión original registra la cantidad de personas que conforman la red de aprendices SENA – CSF. El cuestionario tiene como opciones de respuesta una escala de 6 puntos y preguntas abiertas para determinar la percepción individual de los encuestados.

Análisis estadístico

Para el análisis descriptivo de las variables continuas se utilizaron medias (con desviación estándar como medida de variabilidad) o medianas (con rangos como medida de variabilidad). Las variables categóricas se resumieron utilizando porcentajes.

Radio en Colombia

Desde el año 1920 la radio incursionó en la vida de los colombianos, cuyas emisoras eran tradicionalmente de tipo comercial, es decir que la información que divulgaban estaba enfocada a emitir “cuñas” publicitarias, sin embargo este no era el único fin para el cual se utilizó la radio, a través del tiempo este medio ha sido usado para promover información comunitaria, radionovelas, periodismo, y nuestro tema de interés: educación.

En Colombia se vivió un fenómeno en torno a la radio educativa hacia finales de los años cuarenta: se implementó un proyecto de escuelas radiofónicas cuyo objetivo principal era generar programas de educación no formal a la población campesina del país, y cuya emisión duró cerca de 30 años, cabe aclarar como señala Pincheira (2013): “La expresión de educación no formal, consigna la preocupación por delimitar un tipo especial de acciones y resultados educativos, claramente distinguibles de aquellos procesos educativos que operan de acuerdo con otras

lógicas”. Esta escuela radiofónica llamada Radio Sutatenza, tenía la particularidad de no limitarse a la emisión de su programación por parte de un profesor, sino que esta información estaba acompañada de cartillas diseñadas para que los oyentes pudieran dar seguimiento a la información suministrada, lo que para la época era todo un sistema novedoso y que en el tiempo se demostró que también era efectivo, teniendo en cuenta que formó 20.039 dirigentes campesinos en 687 municipios del país, siendo un referente en América Latina. (Banco de la República, 2012)

Hacia principios de los años noventa se generó una nueva tendencia de radio educativa, encabezada por colegios privados y universidades de la ciudad de Bogotá que buscaron introducir a sus estudiantes en esta rama de las comunicaciones como complemento a los medios impresos (periódico escolar). En la última década, el modelo de radio tradicional se transforma y se adapta a los cambios tecnológicos a través de la llamada “radio *online*”, en donde el contenido que predomina está enfocado a divulgación de información cultural, comercial y de esparcimiento, con algunos programas especializados en educación.

Relación entre radio *online* y educación

En el contexto educativo existen tres tipos de comunicación: una comunicación generada para los medios, es decir que se educa a la población objetivo para que usen acertadamente los medios de comunicación; otra generada en el ambiente de formación, que implica la comunicación que se da al interior de un espacio físico y que no necesariamente requiere de equipos tecnológicos mas sí de un instructor o guía; y una última generada por los medios, que es aquella que se realiza usando los medios de comunicación específicos, que para nuestro caso es la radio web o radio *online* (Arteaga, 2016). Esta comunicación generada por los medios, es la que nos podría permitir generar un fortalecimiento en los saberes previos de la población, y que a su vez podría redundar en mayores competencias laborales.

Es clara la transformación que ha sufrido la sociedad a través del uso de nuevas herramientas tecnológicas, y los sistemas de educación no son la excepción a este proceso, ya que la tendencia de la sociedad a gestionar, tramitar y consultar de forma electrónica evidencia los nuevos comportamientos de la población que está en esa constante búsqueda del conocimiento y que a través de dichas herramientas puede acceder a mucha más información, reformulando los procesos de enseñanza – aprendizaje usados previamente (Begoña, 2015). Es tan claro el impacto de estos

medios de comunicación en la educación, que el Ministerio de Educación Nacional a través del Decreto 5012 de 2009, en el artículo 1.8 indica como objetivo primordial: “Propiciar el uso pedagógico de medios de comunicación, como por ejemplo la radio, televisión e impresos, nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en las instituciones educativas para mejorar la calidad del sistema educativo y la competitividad de los estudiantes del país”. (Ministerio de Educación Nacional, 2009).

Características de la radio tradicional y la radio web (*online*)

La radio tradicional está basada en una transmisión de contenidos auditivos mediante ondas hertzianas, una frecuencia que permite que los oyentes escuchen la información transmitida en un área o espacio geográfico definido; por otra parte, la radio *online* transmite la información a través de la Internet, por lo que no se necesita estar dentro del radio de emisiones que geográficamente limita a la radio tradicional, ello permite que los oyentes solo requieran de una conexión a Internet desde cualquier parte del mundo para acceder a dicha información.

En la actualidad coexisten tanto los modelos de radio *online* como de ondas, y en los análisis comparativos realizados en ambas formas de radiodifusión se ha determinado que el 80% de los usuarios del primer modelo no han dejado de escuchar la radio tradicional, pero es muy importante tener en cuenta que dichos usuarios han declarado que al escuchar emisiones de una misma cadena radial, lo hacen a través de ambos sistemas, en

donde inicialmente escuchaban 90% en el formato tradicional y después adicionó el nuevo formato, tendencia que está demostrando que el uso de la radio *online* cada vez va en aumento. (Ramos, 2015)

Algo importante a resaltar es que la radio *online* ha generado un proceso social que implica la creación de comunidades virtuales relacionadas con la programación, donde la principal característica es que no se requiere de un espacio físico para interactuar que hace que estos espacios radiofónicos puedan llegar a cualquier parte del mundo, ejemplo de ello es el movimiento *Scout*, que tiene un programa de radio *online* llamado: “El Jamboree al Aire”, a través del cual promueve la participación de sus integrantes desde Andorra hasta Venezuela, con retos y pruebas como si estuvieran físicamente en dichas actividades. (Rodríguez, 2016).

Funcionalidades educativas de la radio

Este medio de comunicación masiva permite aumentar los conocimientos en sus oyentes, promover valores culturales y generar una participación activa para proporcionar una formación integral en temas de economía y finanzas, así como mejorar la comprensión de los productos, conceptos y riesgos de la actividad financiera con información, instrucción o el asesoramiento objetivo, que les permite adquirir las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y de las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico[...]

(García, Grifoni, López, & Mejía, 2013. p.)

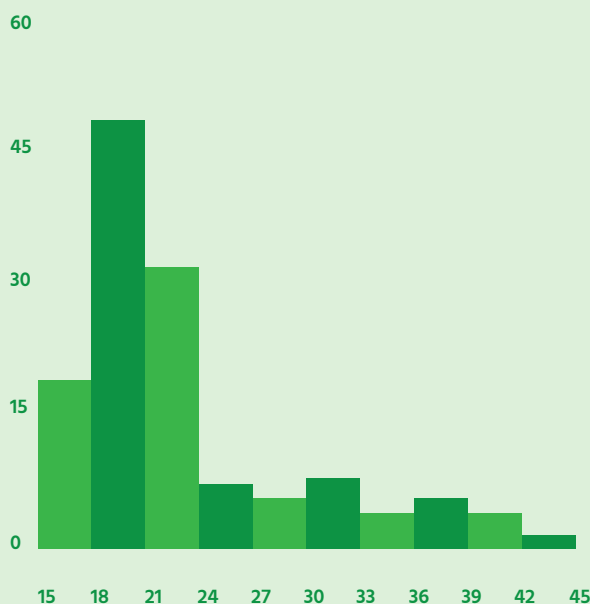


Figura 1. Histograma de edades relacionadas

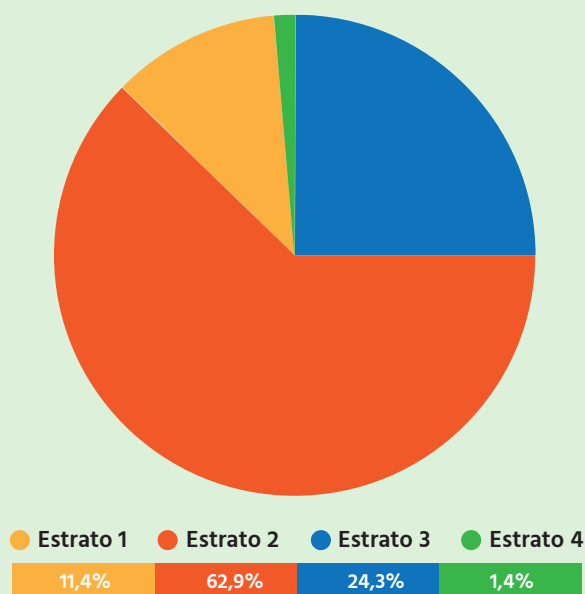


Figura 2. Estrato socio-económico

Los medios de comunicación tienen como tipo de comunicación dominante el lenguaje audiovisual, sin embargo la transformación que experimenta la sociedad con la tendencia generalizada al uso de las nuevas tecnologías hace que la educación ya no se base únicamente en “la letra impresa” sino que requiera cada vez más de las habilidades del lenguaje verbal y de la transmisión de conocimiento adquirido a través de mecanismos interactivos (Rodero, 2008). Ahora bien, la radio web se debe considerar como un espacio educativo no formal, más cuando este medio de comunicación es una opción que complementa los procesos formativos y saberes previos de los oyentes, cuyos criterios de formación están basados en cuatro pilares clave de formación: 1. Motivar y sensibilizar, 2. Informar y orientar, 3. Enseñar y aprender, bajo el concepto de desarrollo de destrezas cognitivas e intersubjetivas, así como de destrezas de tareas e investigaciones; y 4. Recrear y divertir.

Educación Financiera en Colombia

La encuesta realizada por S&P Global FinLit Survey indica que solo el 32% de los adultos colombianos tiene educación financiera, lo cual deriva en que la mayoría de los colombianos no posee los conocimientos necesarios para tomar decisiones financieras acertadas. (Klapper, Lusardi, & Oudheusden, 2015).

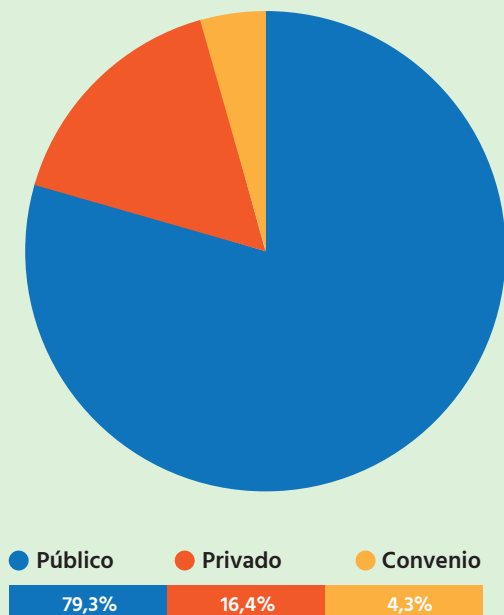


Figura 3. Tipo y lugar de educación básica secundaria

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE, realiza unas pruebas a estudiantes de 15 años en 73 países, dichas pruebas generan el informe PISA (*Programme for International Student Assessment*, por sus siglas en inglés). En el año 2012 Colombia quedó entre los países con los 10 peores resultados en conocimientos básicos de economía y finanzas (Revista Semana, 2016), por lo cual el Ministerio de Educación Nacional – MEN creó un plan de educación económica y financiera – EEF que está diseñado para que los estudiantes de educación básica secundaria puedan adquirir los conocimientos que les permita tomar decisiones informadas y analizadas en torno a su realidad y entorno económico (Ministerio de Educación Nacional, 2014).

Cabe resaltar que no solo se debe analizar los conocimientos de EEF en los colombianos, también hay que tener en cuenta el entorno sociocultural de los mismos, ya que el hecho de tener bajos índices en EEF van de la mano con la forma de pensar de la población, una mentalidad económica inmediatista, caracterizada por baja capacidad de ahorro y planeación de compra. Se determinó que del 78% de los colombianos, a pesar de tener metas financieras claras tales como compra de vivienda o auto, solo el 2% de ellos realiza los ahorros correspondientes en los próximos 15 años, mientras que el 73% solo estaría dispuesto a ahorrar hasta por 5 años. (Old Mutual, 2015).

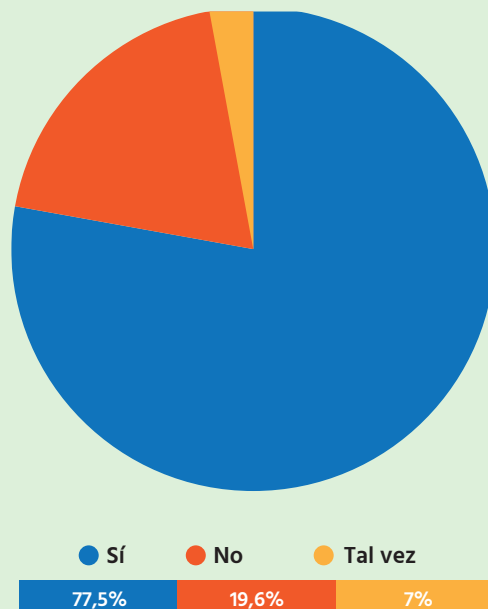


Figura 4. Expectativas de programación radial en EEF

Se calculó que independientemente al hecho de que cerca del 56% de la población tenía una cuenta de ahorro hacia finales del año 2012, el 48% de estas cuentas no había sido utilizada en los últimos 6 meses (Cano, Esguerra, García, Rueda, & Velasco, 2014), lo que evidencia un pensamiento de “ahorro debajo del colchón”, es decir que confían su dinero a captadoras ilegales, también llamadas pirámides o, simplemente optan por no ahorrar.

Resultados de sondeo en CSF - SENA

De acuerdo a la revisión documental basada en 43 documentos, entre artículos científicos, libros y tesis de grado realizados por autores de Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, se puede identificar la pertinencia del uso de la radio web como mecanismo de formación tanto en temas de cultura general como en EEF, tomando este mecanismo como una herramienta adicional a los actuales recursos de aprendizaje disponibles. Se evidencia la necesidad de aumentar el número y calidad de los contenidos formativos a través de estas herramientas de divulgación, y la importancia de elaborar una opción que permita que la educación formal sea complementada y por ende se pueda ofertar al público una educación “integral” que permita a las nuevas generaciones encarar los retos de globalización a los que se ve enfrentada nuestra sociedad. También se evidencia que los contenidos desarrollados por instituciones de educación superior en Colombia no tienen programas sobre EEF; sus contenidos se centran en cultura general y promoción de eventos culturales y recreativos en general.

Con respecto al sondeo realizado para encontrar las variables que permitan determinar la pertinencia de la implementación de la radio web como mecanismo de formación en temas de EEF, los resultados identificaron características del público objetivo a quien se va a dirigir el contenido de la programación a desarrollar en la radio web; el nivel socio-económico de este público objetivo; tendencias en el nivel de aceptación del modelo propuesto; nivel de conocimientos previos del público objetivo. Esta información es la base que nos permite continuar la segunda fase de la investigación, la cual está enfocada a determinar la temática y metodología a implementar en la programación de la radio web.

Figura 1. Histograma de edades relacionadas. Esta figura indica las edades promedio de los encuestados. El eje vertical indica el porcentaje de usuarios que cumplen la condición del eje horizontal que indica la edad.

El 78% de los aprendices encuestados tienen entre 18 y 23 años, lo que nos permite identificar que el público objetivo es joven y cuya tendencia al uso

de herramientas TIC es muy alto, hacen parte de la generación *millennials*, caracterizados por ser una generación de ciudadanos con una alta disposición a ser responsables, tecnológicos y comprometidos a transformar la sociedad, y que por estas características requieren de mecanismos y contenidos de formación apropiados para su desarrollo.

Figura 2. Estrato socio-económico. Esta figura indica los estratos socio-económicos en que habitan los encuestados. Cada color muestra el porcentaje de usuarios por estrato.

El 98,6% de los encuestados se encuentra en estratos 1, 2 y 3, lo que nos indica que hacen parte de los estratos socio-económicos con mayor vulnerabilidad económica y financiera, en donde los contenidos de la programación de la radio web deben permitirle a los oyentes obtener herramientas y criterios de EEF que les permita enfrentar su cotidianidad y transformarla.

En Colombia solo el 20% de la población obtiene información a través de la lectura (Old Mutual, 2015) y 8 de cada 10 colombianos usa Internet (MinTIC, 2016), sumado a que el 51,4% de los encuestados escucha radio ocasionalmente, y aunque no se discriminó si la radio escuchada era tradicional o web, este resultado puede indicar que la propuesta de radio web debe ir acompañada de un servicio de comunicación adicional para obtener un impacto significativo en la población. Es importante tener en cuenta, que a pesar de que la población colombiana prefiere informarse a través de los medios tradicionales como el periódico impreso, tan solo el 37,38% de la población en estrato 3 lee periódicos mientras que los usuarios de radio *online* y *offline* suman un 96% (Diario La República, Junio 2016)

Figura 3. Tipo y lugar de educación básica secundaria. Esta figura indica el tipo de instituciones educativas donde los encuestados recibieron su educación básica secundaria y el porcentaje de encuestados por clase de institución educativa. Cada color muestra el porcentaje de usuarios por clase de institución educativa.

El 79,3% de los encuestados realizó sus estudios secundarios en instituciones públicas, lo que permite considerar que el modelo de radio web propuesto puede ser un buen complemento para las estrategias de EEF que divulga el gobierno desde el año 2012, en entidades de educación básica y media. Entre estas estrategias están: la gestión directiva, creación de planteamientos estratégicos de EEF concordantes con el horizonte institucional; desde la gestión académica, implementación de un plan de estudios, enfoque metodológico, recursos para el aprendizaje, jornada escolar y evaluaciones alineadas con la propuesta pedagógica, conceptual y operativa de la EEF; desde la gestión administrativa y financiera,

otorgación de espacios requeridos de la planta física para la realización de las actividades planteadas para EEF, recursos humanos, técnicos, tecnológicos y financieros; y desde la gestión de la comunidad, implementación de una escuela de padres como espacio para empoderar otros actores, vinculación de la comunidad, uso de la planta física y de medios para difundir las acciones de la EEF.

Figura 4. Expectativas de programación radial en EEF. Esta figura indica el porcentaje de encuestados que aceptarían oír programación EEF. Cada color muestra la cantidad de personas dispuestas a escuchar el tipo de programas radiales con dicho contenido.

El 77,5% de los encuestados indica que estaría dispuesto a escuchar temas de educación financiera, sin embargo es importante determinar los temas y estrategias de comunicación a usar para mantener una atención constante del público sobre la programación propuesta, así como generar mecanismos que permitan cautivar el 22,5% de los usuarios que no se encuentran interesados, para lo que se plantea un aprovechamiento de la página web en la que se encuentre alojada la emisora con herramientas tecnológicas que cautiven a los oyentes.

Conclusiones

- Se identifica la necesidad de incentivar la educación económica y financiera en Colombia, sirviéndonos de medios como la radio web para afectar positivamente la rutina escolar y mejorar las prácticas pedagógicas.
- Es pertinente promover la radio web como mecanismo de educación entre los aprendices, que son jóvenes que se encuentran entre los 18 y 23 años, que hacen parte de una generación que nació y crece paralelamente con las herramientas TIC, y cuya tendencia al uso de tecnologías se incrementan de forma exponencial.
- La radio sigue siendo un medio de comunicación masivo que tiene gran influencia en nuestra sociedad y que independientemente de su transformación (frecuencia modulada a virtual) tiene impacto directo en la población.
- Los diferentes programas del Centro de Servicios Financieros, cuentan con importantes contenidos que pueden servir al público en general para mejorar su EEF. La radio como lo menciona (Villamizar Durán, 2002) ha realizado una labor fundamental para afectar positivamente la rutina escolar y mejorar las prácticas pedagógicas. Por ello es importante la experiencia, desarrollo, experticia, equipo humano y tecnológico que posee en la actualidad el SENA para fomentar la divulgación de estos temas, promoviendo una orientación más globalizada, a través de un sistema que inicia en la creación de talleres sobre producción de programas de radio, uso de lenguaje radial, redacción, elaboración de guiones y periodismo radial entre otros.

Notas

- ¹ Miembro del Grupo de Investigación, Desarrollo e Innovación de Servicios Financieros, GDISF. Correo electrónico: jacorrea59@misena.edu.co
- ² La informalidad financiera se comprende como aquellos mecanismos de financiación que están al margen de la normatividad del sistema financiero como son los agiotistas (gota a gota), cadenas de ahorro, pirámides, prestamistas a usura.

Referencias

- Abril, D. (2015). Ciudadanía, educación y complejidad: miradas desde la ecopedagogía. *Diálogo Andino*, (47), [95-104]. doi: 10.4067/S0719-26812015000200010
- Acevedo, E., Hernández, S., & Cardoza, E. (2014). Tecnología streaming para radio digital universitaria. *Revista ESAICA*, 1(1), 9-17. doi: <http://dx.doi.org/10.15649/24225126.266>
- Arteaga, C. (2016). La radio como medio para la educación. *Razón y palabra* N° 36, 1-11. Banco de la República. (2012). Radio Sutatenza: puntos de partida para una historia. *Boletín cultural y bibliográfico del Banco de la República*, 46(82).
- Cano, C., Esguerra, M. d., García, N., Rueda, L., & Velasco, A. (2014). Inclusión financiera en Colombia. *Boletín informativo Banco de la República*.
- García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe_ Situación actual y perspectivas*. Cyngular.
- Klapper, L., Lusardi, A., & Oudheusden, P. (2015). *Financial Literacy Around the World: insights from the standard & poor's rating services*. Mc Graw-Hill.
- Ministerio de Educación Nacional. (28 de 12 de 2009). Decreto 5012 de 2009. *Artículo 1.8*. Bogotá, Colombia.
- Ministerio de Educación Nacional. (2014). *Mi plan, mi vida y mi futuro - Orientaciones pedagógicas para la educación económica y financiera*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.
- Old Mutual. (2015). *IV Foro nacional de planeación financiera*. Bogotá.
- Pérez, M., Martín, M. & Hernández, M. (2016). La programación de contenidos propios en las radios universitarias españolas: Ondacampus, UPV Radio, UniRadio Jaén, Radio Universidad y RUAH. *Revista Latina de Comunicación Social*, 287-308.
- Pincheira, L. (2013). REXE: Revista de Estudios y Experiencias en Educación. *Radio comunitaria, un espacio educativo no formal en la comunidad*, 12(24), 183-193.
- Ramos-Ruiz, Á. (2015). *Opción. Radio hertziana vs radio en Internet: Un análisis comparativo*, 31, 757-774. Recuperado de <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/20581>
- Revista Semana. (10 de febrero de 2016). Colombia se raja otra vez en educación. *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/educacion/articulo/colombia-quedo-entre-los-diez-paises-con-peor-resultado-en-las-pruebas-pisa-2012/460104>
- Rodero, E. (2008). Educar a través de la radio. *Signo y Pensamiento*, 52, 97-109.
- Rodríguez, Y. (15 de Marzo de 2016). Los Scouts también tejen fuertes nudos en el mundo virtual. *El Colombiano*. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/tendencias/los-scouts-tambien-tejen-fuertes-nudos-en-el-mundo-virtual-BY3753773>
- Sampedro, B. (2015). Las TIC y la educación social en el siglo XXI. *EDMETIC - Revista de educación mediática y TIC*, 5(1), 8-24. Recuperado de <file:///C:/Users/LENOVO%20G475/Downloads/Dialnet-LasTICyLaEducacionSocialEnElSigloXXI-5521464.pdf>
- Schütz, A. (1993). *Fenomenología del mundo social*. Buenos Aires: Paidós.
- Villamizar, G. (2002). De la escuela a la radio en la escuela. *Sapiens. Revista universitaria de investigación*, 3(1), 0-12.