



## 2 Análisis *web* de las *ciber-rádios* universitarias<sup>1</sup>

### University cyber-rádios web analytics Análise da *web* de ciber-rádios universitários

\*Pedro Felipe Díaz Arenas

\*\*Damaris Ramírez Bernate

#### Resumen

En el presente estudio se analizan los contenidos de las parrillas de programación, géneros, formatos, herramientas digitales, interacción e interactividad que están implementando en la *web* algunas emisoras universitarias de Colombia. Se ofrece una mirada a la situación actual de las ciber-rádios y aborda aspectos importantes de emisoras que transmiten únicamente para la *web*. Este análisis comparativo se hace a 4 casos de estudio tales como Radio Altaír de la Universidad de Antioquia-Medellín, Radio Unad Virtual de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-Bogotá, Óyeme UJTL de la Universidad Jorge Tadeo Lozano-Bogotá, y Acústica de la Universidad de Eafit-Medellín.

La búsqueda se encamina hacia la verificación de las emisoras virtuales universitarias, por considerarlas auténticas ciber-rádios, cada una de ellas con variables importantes, que dejan conocer el funcionamiento y el abordaje en la formulación de contenidos, la programación que ofrecen, los géneros y formatos que proponen, el uso de las herramientas digitales e interactividad con sus usuarios.

*\*Doctor en Ciencias de la Educación. Línea pensamiento y comunicación de la Universidad Tecnológica de Pereira. Magister en Comunicación Educativa. Comunicador social. Docente investigador y decano de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes de la Universidad del Quindío. Correo: pfdiaz@uniquindio.edu.co*

*\*\*Magister en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana. Licenciada en Tecnología Educativa de la Universidad del Quindío. Asesora de investigaciones de la facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes. Correo: dramirez@uniquindio.edu.co*

Recibido:  
28 de noviembre de 2016  
Aprobado:  
19 de febrero de 2017

---

<sup>1</sup> Este artículo es producto del trabajo de investigación titulado *Aportes de la radio universitaria para el logro de objetivos misionales de las universidades del Eje Cafetero*, aprobado por la Vicerrectoría de investigación de la Universidad del Quindío.



Entre sus hallazgos más importantes encontramos que estas emisoras utilizan herramientas gratuitas y diversas que se encuentran en la *web*, igualmente utilizan *software* licenciado como libre; estas emisoras también alimentan sus parrillas de programación con los contenidos que son elaborados por los estudiantes de pregrado y docentes en general como de otros actores de la universidad.

De hecho, la producción de contenido va centrado al contenido hablado, al de entretenimiento y al musical, pues diversifican las temáticas de su programación. Asimismo, en sus parrillas de programación reflejan la participación de diferentes sectores de la Universidad, en el direccionamiento de los contenidos hacia públicos diversos, abordados desde diferentes temas como sociales, culturales, educativos y musicales. El anterior estudio puede considerarse como una radiografía del uso y utilización de herramientas digitales que están implementando las emisoras universitarias en la *web* para considerarse como auténticas ciber-radios.

### **Palabras claves**

Ciber-radios universitarias, Análisis de contenidos, Parrillas de programación, Géneros y formatos, Herramientas digitales e Interactividad en sitios *web*.

### **Abstract**

The present study analyzes the contents of the programming grids, genres, formats, digital tools, interaction and interactivity, that are being implemented through the web by some Colombian radio stations. Besides, a look at the current situation of cyber-radios is offered and important broadcasters' aspects transmitting only through the web is addressed. This comparative analysis is made from four case studies such as "Radio Altair" from Universidad de Antioquia (Medellín), "Radio Unad Virtual" from Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Bogotá), "Óyeme UJTL" from Universidad

Jorge Tadeo Lozano (Bogotá), and “Acústica” from Universidad Eafit (Medellín).

This research is addressed towards universities’ virtual stations verification, since they are considered as authentic cyber-radios, each of them with important variables letting know formulation of contents, the programming that they offer, the genres and formats they propose, and the use of digital tools and interactivity with their users operation and approach.

Among the most important findings, we have found that these stations use free and diverse tools found on the web, and the use of free licensed software. These stations also feed their programming grids with contents which are elaborated by undergraduate students and teachers in general, as well as those from other university actors

In general, the production of content focuses on spoken content, entertainment and music playing, as they diversify the themes of their programming. Likewise, in their programming grids they reflect the participation of different sectors of the University in the directing of the contents towards diverse audiences which are approached from different subjects such as social, cultural, educative and musical. The current study can be considered as an x-ray of the use and utilization of digital tools that are being implemented by universities’ web-sites, to be considered as authentic cyber-radios.

### **Keywords**

University cyber-radios, Content analysis, Programming grids, Genres and formats, Digital tools and Interactivity in websites.

## Resumo

O presente estudo analisa os conteúdos das grades de programação, gêneros, formatos, ferramentas digitais, interação e interatividade que estão sendo implementadas na web por algumas estações de rádio universitárias na Colômbia. Ele analisa a situação atual dos ciber-rádios e aborda aspectos importantes das estações que transmitem apenas para a web. Esta análise comparativa é feita para quatro estudos de caso, como “Radio Altair” da Universidad de Antioquia (Medellín), “Radio Unad Virtual” da Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Bogotá), “Oyeme UJTL” da Universidad Jorge Tadeo Lozano (Bogotá) e “Acustica” da Universidad Eafit (Medellín).

A busca é direcionada para a verificação das estações virtuais das universidades, considerando-as autênticas ciber-rádios, cada uma com variáveis importantes que permitem conhecer a operação e a abordagem na formulação de conteúdo, a programação que eles oferecem, os gêneros e formatos que eles propõem, o uso de ferramentas digitais e interatividade com seus usuários.

Entre as suas descobertas mais importantes, encontramos que essas estações usam ferramentas gratuitas e diversas encontradas na web, e elas também usam o software licenciado gratuitamente. Essas estações também alimentam suas redes de programação com os conteúdos elaborados por estudantes de graduação e professores em geral, como outros atores da universidade.

Em geral, a produção de conteúdo se concentra em conteúdo falado, conteúdo de entretenimento e música, à medida que diversificam os temas de sua programação. Da mesma forma, em suas redes de programação refletem a participação de diferentes setores da Universidade na direção dos conteúdos voltados para diversos públicos, abordados de

diferentes temas como social, cultural, educativo e musical. O estudo atual pode ser considerado como um raio-x do uso e utilização de ferramentas digitais que estão sendo implementadas por sites da universidade para serem considerados ciber-rádios autênticos.

### **Palavras chaves**

Ciber-rádios universitários, Análise de conteúdo, Grades de programação, Gêneros e formatos, Ferramentas digitais e Interatividade em sites.

La presente investigación analiza algunas emisoras virtuales universitarias de Colombia con una transmisión exclusiva para la *web*, permitiendo observarlas desde la denominación de ciber-radios, pues se trata de un medio de comunicación que surge y que se encuentra en evolución. La situación actual de las emisoras objeto de estudio, el contenido de los audios transmitidos en sus propias plataformas en la *web* que las alberga, así como las posibilidades y recursos ofrecidos en sus sitios *web*, muestran realidades que las asemejan y las diferencian en su estructuración y contenido.

La investigación contribuye a la construcción de conocimiento porque mira, desde otra perspectiva, las actividades desarrolladas por estas emisoras, demostrando propuestas y estructuras novedosas. En este sentido, se busca responder a varios interrogantes: ¿las emisoras *web* universitarias en Colombia podrían considerarse como auténticas ciber-radios, gracias a la formulación de contenidos, la programación que ofrecen, los géneros y formatos que proponen, el uso de las herramientas digitales y la interactividad e interacción con sus usuarios?, ¿qué contenidos y temáticas son formulados en las parrillas de programación?, ¿qué géneros y formatos están implementando?, ¿qué herramientas digitales han incorporado?, ¿cuáles son los tipos de interactividad que ofrecen las ciber-radios universitarias de Colombia?

La investigación establece la relación del contenido con los procesos de producción, teniendo en cuenta la identificación general de las emisoras, la labor en el abordaje y creación de contenidos que desarrollan, las personas que hacen parte de ella, así como la utilización de formatos y géneros periodísticos.

Se abarcaron diversos momentos. El primero, tiene que ver con la identificación de las emisoras para conocer su contexto, cómo funcionan y demás aspectos relacionados con las características propias de sus parrillas de programación; se continúa con la caracterización de los contenidos en los géneros y formatos que usan en los programas radiofónicos, al tiempo que se reconocen las herramientas digitales y la interactividad e interacción que tienen con sus usuarios.

Los resultados apuntan al fortalecimiento del lenguaje radiofónico, los formatos de programación y la inclusión de públicos diversos, abordando las características de su zona de influencia. Además, en el análisis de sus parrillas de programación se examinan las temáticas de la producción con las cuales se comparten similitudes; también se marcan diferencias desde la realización.

Los hallazgos más destacados están en la consolidación general de la información, ya que muestra su misión y visión y algunas falencias en este tema como las diversas estructuras de programación y sus diferenciaciones en la interfaz y el contenido de sus sitios *web*.

La evaluación principal de las parrillas de programación está orientada hacia la verificación de la producción en tres variables: el contenido, la emisión y el público objetivo, cada una de ellas con sus diversas variaciones.

Uno de los hallazgos más significativos va dirigido hacia la alimentación y actualización permanente de diversos productos multimediales e hipertextuales de los contenidos, porque cada emisora adapta su producción a su público y a sus necesidades de información y, probablemente, sus aciertos van de la mano con ese contenido multimedial e hipertextual.

## Estado del arte

En Colombia existen, en la actualidad, algunos estudios y acercamientos frente al tema de la radio universitaria y, aunque son muy importantes, no centran precisamente sus resultados en la radio universitaria en la *web*, pero sí en la radio universitaria en general. Los estudios encontrados sobre el tema de la radio a nivel nacional están orientados hacia la radio análoga, y la mayor parte de ellos se hacen sobre las radios comerciales o culturales y, pocas veces, sobre las radios universitarias (Villanueva, 2008); menos aún sobre las ciber-radios. Existen otras investigaciones en países como Argentina, España, entre otros, enfocadas hacia la radio convencional, con miras a la labor social de las mismas, así como al desarrollo e impacto que han tenido. Hay otras relacionadas con este tema en las que su particularidad de estudio se basa en los comportamientos de las emisoras universitarias en la *web*.

Se cuenta con 69 emisoras vinculada a la Red de Radio Universitarias de Colombia (RRUC), que pertenecen a 49 universidades, esto quiere decir que más de una de estas instituciones cuenta con más de una emisora. De esas 69 emisoras universitarias vinculadas a las

Red, para el 2017, hay 21 emisoras con transmisión exclusiva para *internet*, conocidas como *webcast*. Esto muestra la vinculación de 4 emisoras más después de la fecha de estudio que se desarrolló en el 2013, cuando solo había 17 en el *ciberespacio*, mostrando el crecimiento de Red, lo cual amerita conocer sus procesos frente al avance tecnológico y demandas de los usuarios (RRUC, 2017).

Villanueva (2008), como investigador, da cuenta de las primeras aproximaciones hacia la radio universitaria y concluye que la principal motivación para la radio educativa deriva de las posibilidades que el medio parecía ofrecer para mejorar la calidad de la educación. Sin embargo, los informes de las investigaciones acerca de la efectividad de la comunicación social para la instrucción suelen concluir de manera abrumadora en que no hay diferencias significativas (Villanueva, 2008). De ahí que muchas emisoras llamadas educativas optaron por un formato diferente y, a la hora de su legalización, prefirieron convertirse en comunitarias, de interés público, comerciales y, en otros casos, universitarias con presencia en la *web*.

Esta investigación suministra aproximaciones sobre el tema en cuestión, recurriendo a diversos estudios, como documentos, ponencias y tesis doctorales, analizadas en diversos artículos. En el ámbito internacional, y especialmente en México, Argentina y España, la indagación en este tema lleva ventaja y, por ello, se tienen en cuenta diferentes perspectivas desde la mirada de diversos autores, dada la importancia de los mismos y la cercanía con nuestra realidad.

En el ámbito nacional, se cuenta con la investigación, *Medios de Comunicación Universitarios de Colombia. Situación Actual y Perspectivas*, desarrollada por Ascún, en el 2004, quien revisa el estado de los medios de comunicación universitarios en Colombia y resalta que la radio universitaria tiene dos etapas claramente marcadas. Una, antes de 1980, cuando únicamente aparecen dos emisoras a saber: la emisora de la Universidad de Antioquia, creada en el año 1933 y ha transmitido ininterrumpidamente desde entonces, y la de la Universidad Javeriana, creada en el año 1977. Después de 1980 se crean las demás emisoras en el sistema análogo y, a partir del año 2000, en *internet* que inicia con Radio Altaír de la Universidad de Antioquia.

En los inicios de la Radio Universitaria de Colombia, Guillermo Gaviria, en su artículo denominado de la misma manera *La Radio Universitaria de Colombia*, de 2004, y revisado en 2008, es uno de los primeros realizados en

nuestro país relacionado con el tema de la radio universitaria, evidenciando que no todas las emisoras cuentan con proyectos radiofónicos y comunicativos sólidos, y que desde las propuestas desarrolladas en la conformación de la Red de Radio Universitaria de Colombia (RRUC), realizada el año 2003, en Bucaramanga, ha abierto un diálogo y ha iniciado un trabajo solidario que ya tiene sus primeros resultados en la realización de proyectos conjuntos (Gaviria, 2008), (Red de Radios Universitarias de Colombia [RRUC])<sup>2</sup>.

En el marco del producto de la investigación titulada: *La Radio Universitaria en Colombia*, William Zambrano ha elaborado el artículo denominado: *Radiografía de las emisoras Universitarias en Colombia*. Zambrano (2013) analiza, particularmente, las diversas fortalezas y debilidades que en la actualidad viven las radios universitarias de nuestro país al integrar las nuevas herramientas tecnológicas para la creación de contenidos, narrativas, espacios interactivos, métodos de trabajo y lenguajes. Resalta que nuestras emisoras no pueden limitarse en el empleo de algunas técnicas de emisión y producción de programas, sino que debe extenderse a contextos y escenarios en los que la comunicación radiofónica se produce y se recibe. Advierte acerca de los contenidos de interés estudiantil, con secciones de magazine, cultura, información y música, según el estilo de la emisora, pero siempre tratando temas de interés.

En la tesis doctoral del profesor de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, José Augusto Ventín Sánchez, denominada: *La Radio Universitaria en Colombia y España: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios*, el profesor Ventín (2014) destaca aproximaciones a los contenidos desde la parte productiva, partiendo de las estructuraciones de las parrillas de programación. Los contenidos se distribuyen en una programación de 24 horas, dividida en programación musical, de experimentación sonora, informativa de actualidad, académica, social, deportiva y cultural, siendo el contenido cultural el más utilizado.

A partir del estudio de las características de las *web* de algunos de los medios de comunicación más importantes a nivel internacional en España, Ruth Rodríguez Martínez, Lluís Codina y Rafael Peraza Jiménez, proponen una metodología para la evaluación específica de este tipo de sitios *web* en su investigación: *Indicadores para la evaluación de la calidad de cibermedios:*

---

2 RRUC: Red de Radios Universitarias de Colombia <http://www.radiouniversitaria.org/>

*Análisis de la interacción y de la adopción de la web 2.0.* El modelo propuesto se compone de 36 indicadores, organizados en torno a ocho parámetros que permiten valorar, especialmente, la adaptación del medio de comunicación a la interacción de la *Web 2.0* (Martínez *et al.*, 2012).

En esta disertación, hay diversos cuestionamientos relacionados con el modo de conocer las mejores herramientas y estrategias de comunicación para determinar el impacto del uso de algunas de ellas, y cómo su perdurabilidad en el entorno *web* es muy difícil. Con base en este hallazgo, se toman elementos o indicadores que se adaptan para el análisis de la actual investigación sobre algunas radios universitarias de Colombia.

Estos resultados no se alejan de la realidad que se halla en nuestro país, pues si damos un recorrido, nos damos cuenta de que el perfil que descubre la investigadora es casi que igual al que encontramos en muchas de nuestras radios universitarias, lo que nos acerca un poco a la homogenización de los contenidos de nuestras radios, en el tema cultural.

Por otro lado, Aura García González, en su investigación: *Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales*, realizada en España, presenta los nuevos conceptos que despuntan desde el advenimiento de las nuevas tecnologías y los primeros pasos de la radio *on line*. Intenta establecer relaciones entre los nuevos usos sociales y los modos de hacer radio y conocer algunos sentidos básicos del concepto de interactividad. Dentro del avance tecnológico, a través de la puesta en moda de los *podcasting*, para la *web*, tenemos la investigación: *Nuevas Narrativas para la Ciberradio*, de Carmen Salgado Santamaría, en la que destaca su utilización en la radio pública y las principales cadenas comerciales en la *web*. Considera el *podcasting* como una de las nuevas técnicas de producción y creación en cuanto a su configuración en los novedosos sistemas mediáticos de información y entretenimiento. En estos, es importante que cada ciber-radio descubra y adopte todas las posibilidades expresivas creando una narrativa adecuada a las características que se encuentran en la *web*, es el caso de la multimedialidad.

Diego Fidalgo Díez explora los orígenes de la radio universitaria en Estados Unidos, Europa y España, e indaga acerca de la implantación de la digitalización radiofónica en las emisoras de las instituciones educativas superiores, haciendo una clasificación de las mismas en su artículo: *Las Radios Universitarias en España. Transformación al mundo digital*.

Las radios universitarias se encuentran en pleno proceso de búsqueda de identidad dentro del amplio espectro de los medios de comunicación. En la actualidad, la llegada de las tecnologías digitales y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) hacen que el rumbo de las emisoras universitarias, como en el caso del resto de medios de comunicación, sea cada vez más global y multimedial, aunque siga siendo la radio su gran referencia mediática (Diez, 2009).

El análisis de las diferentes emisoras de radio dependientes de las instituciones educativas superiores hace que el autor se encuentre con gran diversidad de proyectos de comunicación a nivel internacional. Cada emisora radiofónica universitaria tiene unos objetivos propios y una idiosincrasia determinada.

En Argentina, el origen de las radios universitarias está cercano al comienzo mismo de la radiofonía. Juan Carlos Dido, en su investigación: *Radios Universitarias: Realidad y Perspectiva*, habla de los medios nuevos, recién incorporados a la comunicación en virtud de modernas tecnologías accesibles, como producto histórico, nacidos como una necesidad observada y atendida por instituciones universitarias que vieron en la radio un camino apto para cumplir adecuadamente su misión y lograr con mejores resultados los objetivos institucionales (Dido, 2008).

El panorama de las radios universitarias argentinas muestra que se han ido incorporando a la *web*, de forma paulatina, y con diferencias en los modos de presencia en la Red. Se ha desarrollado un trabajo a fin de establecer la situación y tendencias por Carlos Milito y Lucía Casajús, en su investigación: *Las radios Universitarias Argentinas en Internet: Relevamiento, desarrollo modelos y enfoques*, de 2011. Plantean que más de la mitad de las radios universitarias ofrece un modelo que combina la presencia de las emisoras en la *web* con su transmisión en vivo; es decir, no únicamente su sitio, sino que este incluye descarga de *podcast* y el *streaming* de audio en línea en que destaca contenidos periodísticos-informativos. Señalan también que, en algunos casos, dichas emisoras no fomentan la participación; el texto y la imagen son los sistemas expresivos más utilizados en las páginas de inicio de las *web* de las radios universitarias. La incorporación a la *web* ha producido cambios en los modos de producción y en las formas de consumo de la radio universitaria. Este estudio se puede constituir en una radiografía general de las emisoras universitarias a nivel de los contenidos en sus páginas de inicio y relacionarlo con las emisoras colombianas. Este

artículo aporta a la presente investigación en la metodología empleada para el análisis de los sitios *web*.

La Red de Radios Universitarias de Colombia (RRUC) ha venido convocando, desde el 2003, a un sinnúmero de realizadores y productores en diversos encuentros para hablar de este tema, lográndose aportes importantes al proponer proyectos conjuntos y estudiando la realidad de las emisoras en nuestro país. Es así como los estudios e investigaciones, en el ámbito internacional, muestran, puntualmente, el surgimiento de la radio en *internet*, en especial los 3 países que han venido trabajando por conocer que se está haciendo frente al tema de cómo adoptan la *Web 2.0* y todo lo que ella implica. Esto lleva a diversos cuestionamientos en la utilización de herramientas digitales, adopción de las nuevas tecnologías, elaboración de contenidos y apropiación de nuevos formatos.

Muchas de nuestras emisoras universitarias en la *web* tienen características similares o iguales a las que hallan en otros países. Por ello, los estudios más avanzados sobre esa realidad pueden servir como modelos para mejorar nuestras propias formas de producción y de utilización de herramientas digitales. Es, precisamente, de dichos estudios que se origina el interés por lo que sucede con nuestras emisoras.

## Marco conceptual

La radio para *internet* es un nuevo concepto en el que, como lo nombra Cebrián (2001), se ve, se escucha, se interviene por escrito y oralmente, se participa, se chatea, denominándola como una ciber-radio que se delimita por el conjunto de los elementos mencionados.

Es indudable que la radio tradicional ha experimentado muchísimos cambios, tanto es así que ahora puede escogerse qué y cuándo escuchar a través de varias de las herramientas que ofrece la *internet*, como, por ejemplo, los muy populares *podcasts*, que permiten una especie de “radio a la carta” en línea (Tardesenquito, 2010).

Existen discusiones acerca de cómo debe llamarse la radio a través de la *internet*, puesto que, el concepto de “Radio Digital” vive desde hace más de 4 décadas, cuando fue incorporada la tecnología digital terrestre para la transmisión de ondas sonoras en estaciones de radio convencional. No obstante, se utilizan varios apelativos para llamar a esta clase de radio, tales como: *Net Radio*, *Web Radio*, *Radio por Internet* o *Radio en Línea*.

## Algunas definiciones y diferencias

Para una concepción sobre lo que son las radios universitarias en la *internet*, Cebrián (2001) expresa que son “Múltiples webs vinculadas con el campo de la radio en Internet” (p, 22).

**Radio por Internet:** se considera la Red solo como instrumento de difusión, al modo de las ondas *hertzianas*, el cable o el satélite.

**Radio en Internet:** hace el énfasis en las relaciones entre ambos medios. Se contempla el movimiento que hay de la radio hacia *internet* para añadirle *chats*, foros y correos electrónicos.

**Cuando *internet* incorpora en su protocolo** “voces informativas, música y otros documentos sonoros”. Frente a lo anterior, Cebrián y Flores (20017) plantean:

Son dos líneas de desarrollo que caminan, por un lado, en paralelo con enriquecimientos mutuos y, por otro, hacia una convergencia que se une en la ciberradio como una nueva concepción en la que se supera el origen de ambas procedencias para aportar un medio nuevo que exige otros planteamientos (p, 1-15).

Pueden precisarse las definiciones de las radios así:

**Radio Tradicional:** se considera el primer medio electrónico de la comunicación de masas. Una radio naciente e informativa que transmite noticias, deporte, música, y que es conocida como AM/FM, en la que cumple necesidades de audiencia a través de una programación muy variada (García, 2008).

**Radio Digital:** es la evolución de la tradicional. La radio digital terrestre, también llamada “radio DAB” (*Digital Audio Broadcasting*), permite transportar una señal radiofónica de forma digital utilizando una frecuencia única y su calidad del sonido es similar a la de un CD, su recepción está libre de interferencias. Una diferencia respecto a la radio analógica o tradicional es la frecuencia única: en la radio digital no se va a producir “apagón analógico” porque la radio digital utiliza frecuencias diferentes a la analógica.

**Radio Satelital:** funciona tal cual como la televisión satelital –entiéndase como *Direct Tv* o *Sky*–; es decir, con una antena receptora. Esta radio ofrece la calidad de sonido de un CD, usando las ondas electromagnéticas

y es necesario disponer de un aparato receptor espacial y compatible con el proveedor.

**Radio de Onda Corta:** obtiene su nombre debido a que sus longitudes de onda de radio son más cortas que las utilizadas por bandas de media y baja frecuencia en las que transmiten las emisoras de radio internacionales y las estaciones de radioaficionados. En esta frecuencia las ondas se propagan en línea recta y rebotan en distintas alturas, lo que permite que las señales alcancen puntos lejanos, incluso den la vuelta al planeta.

**La radio Web, Online o Virtual:** cuando nos referimos a la emisión de productos y programas de carácter auditivo que obedecen a las dinámicas de la producción radiofónica y aparecen con sus características por medio de la *internet*.

**Emisora Virtual:** conjunto de aparatos e instalaciones que permiten enviar a distancia música, palabras e imágenes, y que operan a partir de una conexión a la *internet*.

**Ciberradio:** incluye elementos de la radio digital, de la radio en línea o virtual. Utiliza la *multimedia*, *hipermedia* y demás elementos para complementar su transmisión en vivo, generando así una radio para sentarse a ver y a escuchar.

## Emisoras Universitarias

A nivel de la *internet*, la radio universitaria aparece en Colombia en el año 2000, siendo nuevamente pionera la Universidad de Antioquia con su emisora Radio Altaír; a partir de allí se vienen creando una serie de ciber-radios que llegan a 21, en el 2017, con contenidos para la *web* y algunas con cobertura análoga que hacen extensión de su señal hacia *internet*.

Con el anterior panorama, puede afirmarse que la radio está generando diversos caminos para hacer más completa y variada la producción de contenidos. La radiodifusión universitaria permite la expresión de la cultura y del conocimiento científico producido en las instituciones de nivel superior (Villanueva, 2008). La radio universitaria tiene una identidad propia y particularidades bien definidas, factores que necesariamente configuran un conjunto de rasgos característicos propios (Dido, 2008); al estar en la *web* se hacen más visibles dichas características y cada emisora deja su impronta.

La demanda por esta radio se refleja en el contenido de la producción que desarrollan los estudiantes y docentes, pues son quienes hacen aportes valiosos desde la teoría y práctica periodística, la producción y la locución (Villanueva, 2008); allí, la universidad puede desplegar actividades que se relacionan con la docencia, la investigación, la difusión cultural y la extensión universitaria; en este último aspecto misional, se inscribe la labor de las emisoras universitarias (Pérez, 2004).

## La programación

Martí (2004) puntualiza de una manera eficiente la programación, teniendo en cuenta las tres características básicas que la definen:

(...) *la coherencia*, que debe existir entre los contenidos de la programación y los objetivos que pretende la emisora. *La planificación*, se refiere al hecho de que la programación no es una actividad improvisada, sino que se trata de una labor coordinada entre la concepción y la producción de un programa y su emisión. *La continuidad*, es el elemento que provoca que la programación sea percibida como un *continuum* de emisión (p, 21-22).

Muñoz y Gil (1986) consideran que: “La programación radiofónica es la previsión de programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio” (p, 87). También plantean que programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, es un arte; la técnica y el arte de idear y ejecutar unos contenidos que respondan a los objetivos de la empresa radiofónica, que sean ideales a los recursos técnicos y humanos de los que se dispone, y que brinden un servicio a la audiencia a la que se dirigen.

Para que exista ese proceso de comunicación con los oyentes, Sierra (2010) expone que: “La emisora debe haber realizado una investigación sistemática sobre los gustos y tendencias de la audiencia, así como una correcta segmentación de los horarios, los programas y los públicos”. (p, 369). Por ello, deben desarrollarse estrategias de programación que respondan tanto a los intereses de las emisoras universitarias como a los de sus oyentes.

Las emisoras universitarias están en el deber de vigilar ese contenido sonoro acordado con las juntas de programación o, en su defecto, con los realizadores y productores que se comprometen con esas dinámicas de participación. Y son los estudiantes activos de la universidad y docentes, en muchos casos pertenecientes al programa de Comunicación Social,

quienes ponen en consideración las temáticas a desarrollar al interior de la programación.

### **Parrillas de programación**

Programar es un arte que exige idear, realizar y presentar contenidos que brinden un servicio acorde a la audiencia con los principios editoriales de la universidad, los recursos humanos y técnicos de que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite. La programación es el modo y la forma de idear y organizar el tiempo radiofónico de acuerdo con una actuación concreta (Moreno, 2005). Para Sierra (2010) “La programación se configura como una parte más del proceso productivo en el que entran en juego la estrategia, la investigación y la intuición para adelantarse a los gustos y necesidades de los oyentes” (p, 368).

Asimismo, la terminología de la programación de las parrillas hace referencia a los contenidos particulares que identifican la emisora; el modelo programático constituye la estructura del diseño de programación de una emisora (Moreno, 2005).

### **Cibergéneros y formatos**

Los géneros periodísticos son el resultado de una lenta construcción histórica que se encuentra íntimamente ligada a la evolución del concepto mismo del periodismo y a su encomienda ética y social. Dichos géneros han tenido una evolución paralela a la transformación histórica de la humanidad (Navarro, 2012).

Según López (2005) “Los géneros, entonces, son los modelos abstractos. Los formatos, los moldes concretos de realización y que, en realidad, casi todos los formatos podrían servir para casi todos los géneros” (p, 80). También señala que los géneros son formas de organizar internamente los mensajes.

De una manera más global, los géneros y formatos, tomando a varios autores, desde López (2005) y Perona (2012), pueden clasificarse de la siguiente manera:

DRAMÁTICO	NARRATIVO	INFORMATIVO	OPINIÓN	MUSICAL	
*Sociodramas	*Cuentos	*Notas simples	*Comentarios	*Variedades	Géneros
*Escenas cómicas	*Leyendas Tradiciones	*Notas ampliadas	*Editoriales *Debates	*Del recuerdo *De un género	
*Radioteatros	*Mitos	*Crónicas	Mesas redondas	*Recitales	
*Radionovela	Fábulas	*Avances	*Encuestas	*Revistas	
*Diálogos dramatizados	*Parábolas Chistes	*Boletines *Noticieros	*Reportajes *Entrevistas	*Festivales *Complacencias	
*Poemas	*Anécdotas	*Entrevistas	*Cuñas	*Jingle.	Formatos
*Cartas	*Relatos	*Documental	*Audio-Foro	*Especiales	
Dramatizadas	Históricos	*Magazín	* Diálogos		
*Historias de dos personajes	*Testimonios *Escritos	*Radio revista *Minimagazín	*Magazín *Minimagazín		

**Tabla 1.** Géneros y formatos

Fuente: recopilación de varios autores (elaboración propia)

## Uso de herramientas digitales

En la actualidad las herramientas digitales forman una parte muy importante en la configuración de cualquier sitio *web*. Las herramientas digitales son todos aquellos *software* o programas intangibles que se encuentran en las computadoras o dispositivos, con los cuales realizamos todo tipo de actividades, y una de sus grandes ventajas es que ayudan a interactuar más con la tecnología de hoy y permiten mejorar la comunicación, desarrollando competencias y habilidades; sin embargo, para que esto se logre con éxito es necesario tener un personal capacitado que pueda sacar el mejor provecho posible para crear ambientes de aprendizaje en las aulas y ofrecer las herramientas necesarias para aplicar a situaciones de la vida real.

Como medios de comunicación, y ya que superan las barreras del espacio y el tiempo, permiten que dos o más personas establezcan una comunicación por medio de mensajes escritos o videos desde distintas partes del mundo, en tiempo real. Además, posibilitan que la información circule de manera rápida y efectiva. Dentro de los usos de las herramientas digitales Navarro (2012) habla de las siguientes:

En los géneros periodísticos, sobre todo en la noticia, crónica y reportaje, se empiezan a presentar los

## Uso e interacción con el usuario

géneros hipermedia con imágenes animadas, audio, etcétera. De hecho, la infografía es uno de los elementos de mayor apoyo en la información periodística. La inclusión de mapas, foros y encuestas recurre al video, audio, gráfico animado, foto-galería y animación (p, 83).

Los *blogs* de los medios de comunicación se han convertido en espacios periodísticos emergentes, respaldados por la marca del medio y sin la rigurosidad periodística. Es decir: cuando se enlaza a un *blog*, uno de los primeros referentes en el usuario es la informalidad y la cercanía.

**Redes sociales:** el impacto de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha tenido diferentes momentos en su transformación. La aparición de las redes sociales ha impactado todos los ámbitos de las convergencias digitales y del nuevo paradigma. Igualmente, es significativo reconocer la necesidad que tiene el ciberperiodismo de una mayor cantidad de usuarios, sobre todo para incorporar a la población joven.

**Cibernoticia para móviles:** es aquí donde se recupera el nacimiento de la noticia en su brevedad telegráfica. El cibermedio envía noticias en tan solo una oración. La pantalla del dispositivo móvil es muy pequeña y quien construye la cibernoticia es precisamente un ciberperiodista.

## Metodología

### Técnica análisis de contenido

El análisis de contenido es una herramienta cuantitativa y cualitativa de investigación que sirve para describir objetiva y sistemáticamente el contenido manifiesto de una comunicación; una forma particular en la que se asume que el significado simbólico de los mensajes está neutralmente en ellos. En su desarrollo contemporáneo, es más conveniente definir la metodología que se utilizará como una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto. En este caso, al de la radio en *internet*, López Noguero (2002) discute sobre la importancia de un método de la investigación que permita el análisis adecuado y presenta el análisis de contenido como un método de investigación importante en dicho contexto.

La presente investigación desarrolla un análisis de contenido de tipo mixto-descriptivo y comparativo, en el cual se utilizaron 3 instrumentos generales para la recolección de información.

1. **Información general de ciber-radio:** da cuenta a nivel general de lo que se constituye como una ciber-radio universitaria mediante aspectos importantes de la conformación de cada una.
2. **Formato de parrilla de programación:** sirve para distinguir las características propias que ofrecen sus parrillas de programación en cada caso; además, se identifican los contenidos (géneros y formato), herramientas digitales que han incorporado las ciber-radios. Asimismo, las propuestas de interactividad que usan en sus sitios *web* y la interacción con sus usuarios.
3. **Formato de análisis de la producción:** este formato es utilizado para el análisis del contenido en audio de algunos programas de cada emisora.

Se tomaron elementos de la propuesta hecha en el manual *La radio comunitaria una empresa social sustentable*<sup>3</sup> (Fajardo, Toloza, Tibaduiza y Marín, 2010), editado por la Red Cooperativa de Medios de Comunicación de Santander y los Ministerios de Comunicación y de Cultura de Colombia. De allí se adaptaron diversos elementos para la presente investigación, entre variables e indicadores, incluidos en las siguientes categorías para el análisis general.

### 1. CATEGORÍA *Identificación de la ciber-radio*

En esta categoría se hace la caracterización de e identificación general de cada emisora.

### 2. CATEGORÍA *Parrillas de programación*

Se hace una adaptación utilizando 4 variables relacionadas con el nombre del programa, tipo de contenidos, emisión y

3 *La Radio Comunitaria una empresa social sustentable. Consultado en abril de 2013 (p. 57) y disponible en [http://redesander.files.wordpress.com/2011/05/libro\\_la\\_radio\\_comunitaria\\_empresa\\_social.pdf](http://redesander.files.wordpress.com/2011/05/libro_la_radio_comunitaria_empresa_social.pdf)*

público objetivo. Cada una de ellas con sus respectivas modificaciones, adaptándolas a las ciber-rádios universitarias (Fajardo *et al.*, 2010).

### **3. CATEGORÍA *Cibergéneros y formatos***

Se desarrolla el análisis de los audios de los productos radiales de cada emisora objeto de estudio y el objetivo consiste en analizar los contenidos emitidos por las diferentes franjas de las ciber-rádios e identificar los géneros y formatos más empleados.

### **4. CATEGORÍA *Herramientas digitales***

Se hace a través de la aplicación de una serie de *ítems* de diversos aspectos, teniendo en cuenta principalmente sus páginas de inicio y la medición de una serie de variables e indicadores. Se emplearon algunos parámetros utilizados por Rodríguez, Codina y Pedraza (2012) en su investigación *Indicadores para la evaluación de la calidad en cibermedios: Análisis de la interacción y la investigación de la adopción de la web 2.0*, propuesta por Milito y Casajús (2011).

### **5. CATEGORÍA *Interactividad***

Para reconocer las formas de interactividad que emplean las ciber-rádios universitarias con sus usuarios, se preguntan las formas de acercarse con los usuarios a través de su sitio *web*, las posibilidades de interacción con los mismos, la comunicación con los realizadores, entre otras.

En los casos de estudio, dos ciber-rádios pertenecen a instituciones públicas: Radio Altaír, de la Universidad de Antioquia en Medellín y Radio UNAD Virtual (RUV), de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD; y dos Ciber-rádios de instituciones privadas, como Acústica de la Universidad de Eafit de Medellín y Óyeme UJTL, de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. De acuerdo con lo observado en sus plataformas de emisión, puede percibirse no solo su emisión, sino también variadas opciones de interacción e interactividad. Otras no tenían visibles sus parrillas de programación o estaban fuera del aire al momento de la observación, y sus páginas de inicio no mostraban un diseño amigable para su navegabilidad.

CIBER-RADIO	UNIVERSIDAD	TIPO DE INSTITUCIÓN	CIUDAD	AL AIRE DESDE
Radio Altair	Universidad de Antioquia	Pública	Medellín	2000
Unad Virtual	Universidad Nacional Abierta y a Distancia	Pública	Bogotá	2000
Óyeme UJTL	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Privada	Bogotá	2005
Acústica	Universidad de Eafit	Privada	Medellín	2006

**Tabla 2.** Ciber-rádios. Estudio de Casos.

Fuente: Elaboración propia.

De las anteriores emisoras, se tuvo en cuenta que incluyeran en su sitio *web* fotografías, audio en vivo, textos y vídeo; además de las posibilidades de descarga en *podcast*, entre otras. Igualmente, de los audios aportados y entregados a criterio propio por los directores de las emisoras, en el cual cada uno eligió 2 programas de la emisión habitual, que tuviese un contenido hablado y no musical, aparte de ser atractivo para la radio joven, se determinó que el análisis que se le ejecutaría a dicho contenido buscaría identificar en el audio del programa las características de la producción que emiten las emisoras en su señal en vivo, teniendo en cuenta los formatos utilizados, la temática, la estructura e identificando así los modos de hacer radio desde la producción.

La muestra es intencional y se lleva a cabo el análisis entre los meses de octubre y noviembre de 2013; sus audios son emitidos en diversas épocas del año y fueron seleccionados y facilitados por los directores de cada una de las emisoras, con criterios propios en los que, según ellos, había una significativa producción.

Las demás emisoras, en ese momento, aún no experimentaban de modo permanente con herramientas digitales; sin embargo, existe una interacción parcial cuando los usuarios comentan sus contenidos desde diferentes secciones, pero sin poder realizar modificaciones o corregir contenidos publicados.

## Resultados

Se puede decir que las 4 emisoras universitarias *web* analizadas, comparativamente, reúnen los siguientes aspectos.

## Características Generales

Emisora	Contenido musical puro	Número de espacios ofrecidos
Altaír	21%	23
Óyeme UJTL	25%	27
RUV	37%	41
Acústica	17%	19
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabla 3.** Porcentajes Características Generales.

Fuente: Elaboración propia

Son 110 espacios radiofónicos que emiten las emisoras *web* como muestra del estudio realizado a 4 emisoras universitarias con contenidos exclusivos para *internet*. Representan, a nivel general, la construcción de espacios que están implementando las ciber-rádios universitarias de Colombia.

### Variable de contenido musical y de contenido de entretenimiento

Emisora	Contenido musical puro	Contenido Musical con Mensaje	Contenido Musical con algún género específico	Hablado de entretenimiento
Altaír	44%	0%	4%	25%
Óyeme UJTL	6%	100%	24%	50%
RUV	44%	0%	64%	25%
Acústica	6%	0%	8%	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabla 4.** Porcentajes, variables de contenido musical y entretenimiento.

Fuente: Elaboración propia.

En esta variable de contenido se destacan las emisoras Altaír y RUV, cada una con un 44 % de su programación como musical puro; con un 6% las emisoras Óyeme UJTL y Acústica, cada una. Ello no quiere decir que en estas últimas su contenido musical sea poco. Altaír y RUV, en sus espacios musicales en la parrilla de programación, incluyen géneros musicales definidos; mientras que en Óyeme UJTL se conoce como Espacios Musicales Tadeísta y, en Acústica, como Programación *Jamendo*, clasificados como un solo espacio.

La emisora Óyeme UJTL es la única que tiene mejor definido este espacio al acompañar la música con contenidos relacionados con lo expuesto en su parrilla de programación.

### Variable de contenido hablado

Emisoras	Contenido Informativo	Contenido Social	Contenido Educativo	Contenido Cultural	Contenido Deportivo	Otros Contenidos
Altaír	14%	14%	30%	33%	0%	0%
Óyeme UJTL	29%	29%	0%	13%	71%	33%
RUV	43%	57%	40%	21%	0%	0%
Acústica	14%	0%	30%	33%	29%	67%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabla 5.** Porcentajes de variable de contenido hablado.

Fuente: Elaboración propia.

Se muestra el contenido más sobresaliente en cada subvariable. Es importante observar la variedad de contenidos que ofrecen en sus parrillas de programación cada una de las emisoras en la que se destacan temáticas como información de actualidad, programas de interés general, programas para mostrar los trabajos académicos de Comunicación Social, para promover estilos de vida saludable, problemáticas que acontecen a la sociedad en general, espacios abiertos para la discusión de una problemática, investigación de la ciencia, sobre perspectivas filosóficas, construcción de identidades y expresiones artísticas, cine, reconocimiento a profesores y estudiantes; ciencia y tecnología, historia, géneros autoctónos de Colombia, historias de artistas, deportes, cultura capitalina, tenis colombiano, moda, investigación de costumbres, violencia contra las mujeres, productividad empresarial, zootecnia; sobre el inglés, emprendimiento colombiano, quehacer académico y profesional, política de control y legislación, actualidad, géneros musicales, cuentos, leyendas, tradición

### Variable tipo de emisora

En la siguiente tabla se muestran los resultados generales de las variables en el tipo de misión de pregrabados, programados y en directo, y se resumen en la siguiente tabla.

Emisora	Programado	Pregrabado	En directo
Altair	24%	20%	19%
Óyeme UJTL	0%	3%	68%
RUV	47%	68%	0%
Acústica	29%	9%	13%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 6.** Porcentajes de variable de tipo de emisora.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que la emisora RUV no tiene programas en directo permanentes en su parrilla de programación, y para la emisora Óyeme UJTL su producción de contenido es toda en directo.

### Variable público objetivo

Emisora	Expertos	Temática determinada	A una Audiencia en general jóvenes	A una Audiencia en general mujeres	A una Audiencia en general público mixto
Altair	0%	14%	28%	0%	25%
Óyeme UJTL	14%	31%	24%	100%	18%
RUV	57%	41%	40%	0%	32%
Acústica	29%	14%	8%	0%	25%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

**Tabla 7.** Porcentajes de variable del público objetivo.

Fuente: Elaboración propia.

En esta agrupación se encuentran contenidos dirigidos a *expertos*, en los cuales la emisora RUV sobresale con un 57 % con 4 programas, y un 29 % correspondiente a dos programas de la emisora Acústica. En la producción dirigida a una *materia determinada*, se halla la emisora RUV, con un 41 %, y 12 programas de esta variable; con 9 programas que representan el 31 % corresponden a la emisora Óyeme UJTL. Finalmente, con un 14 % a las emisoras Acústica y Altair, cada una representada con 4 programas.

Los programas dirigidos a solo mujeres, o programas de género, están presentes únicamente en la emisora Óyeme UJTL, pues su producción va dirigida a ellas y está representada en 2 programas.

## 1. Auténticas ciber-radios

Se puede argüir que las 4 emisoras seleccionadas inscritas actualmente en la Red de Radios Universitarias de Colombia (RRUC) pueden considerarse como *auténticas ciber-radios*. Y lo son gracias a la formulación de contenidos, la programación que ofrecen, los géneros y formatos que proponen en cuanto al uso de las herramientas digitales, la interactividad de sus páginas y la interacción que presentan con sus usuarios. Cumplen todo un proceso digital, encajan en el modelo de convergencia de la radio en la *web* y emergen como un medio interactivo avanzado, reuniendo los elementos propios de una plataforma en la cual se desarrollan.

De acuerdo con los hallazgos encontrados, Bautista (2013), en su reportaje, *El por qué se prefiere más a las radios universitarias*, sugiere que es precisamente por la variedad de géneros musicales que ofrecen y, aún más, por la facilidad de acceder a ellos en la *web*. Esto mismo refleja los resultados de la presente investigación, puesto que, el género musical es el componente primordial en la programación de cada emisora estudiada.

Los resultados de esta investigación se acercan a las tendencias de prácticas culturales y preferencias de consumo expuestas por Ovalle (2009). En las aquí investigadas, nuestros realizadores, en ocasiones, adoptan algunas posturas similares a las prácticas de contenidos de la radio comercial al intentar imitar jergas o patrones de conducta de algunos programas, especialmente en el caso de algunos programas juveniles. Sin embargo, existen otros programas de radio en los cuales los jóvenes se interesan por desarrollar contenidos útiles para su formación, en un caso similar al expuesto por Hernández (2011) en el que la juventud, entre sus percepciones, desea tener contenidos desarrollados para ellos y no modelos traídos de otro tipo de emisoras. También es importante preguntar, tal como lo hace Bautista (2013): ¿qué es lo que tiene nuestras radios universitarias que más personas nos escuchan? Es precisamente esa capacidad que tiene los jóvenes de una población objetivo para sentirse atraídos e identificarse con los contenidos y con su presentación por parte de otras voces juveniles.

Desde una perspectiva internacional, nuestras ciber-radios nada tienen que envidiar a las extranjeras, aunque existen muchos más referentes en la caracterización de los gustos de los jóvenes. Se dan características similares

en cuanto a su participación de manera voluntaria en la producción y en el manejo de las emisoras, como lo manifiesta Vázquez (2012). Además de la característica habitual del joven, con ganas de participar en diversos procesos comunicacionales con los cuales se identifica, busca transmitir narrativas propias del gusto de su público objetivo y, a una vez, emitirlo en vivo. Luego, pasan a la subida del audio en *podcasting*, implementando de esta forma una de las nuevas técnicas de producción y creación referidas por Salgado (2009), similares a las que se implementan en las radios de Iberoamérica.

## 2. Contenidos generales y temáticas

Las emisoras analizadas se alimentan de los contenidos desarrollados por los estudiantes y, en algunos casos, es poca la participación de docentes y otros actores de la universidad; no obstante, siempre están disponibles para aceptar las ofertas de la producción. No hay acompañamiento con un contenido visual de la información presentada en su emisión en vivo o a la carta, ya sean fotos, videos o textos con descripción de los mismos. La actualización del sitio *web* como medio no se hace de manera constante, y en el receso vacacional por lo general disminuye su producción y emisión.

En relación con el análisis en general, cabe destacar la utilización de las 3 variables del contenido, como son el hablado, el de entretenimiento y el musical, muy importantes para las emisoras porque diversifican los temas de su programación; se puede decir que las parrillas de programación de las 4 emisoras objeto de estudio cumplen con las siguientes apreciaciones.

- Se refleja la participación de los diferentes sectores de las universidades en el direccionamiento de los contenidos hacia varios públicos; en algunas falta más presencia en la producción de contenido dirigido hacia la población infantil y al adulto mayor específicamente, así como a minorías poblacionales como la indígena, negritudes y otros. Solo la emisora Óyeme cumple con contenidos dirigidos a las mujeres.
- En cuanto al contenido desarrollado, e incluido en sus parrillas de programación, se observa una gran variedad de temas sociales, culturales, educativos y musicales, aunque al inicio de su producción no hayan sido clasificadas como tales, pues hay programas que hoy pueden contener temáticas de tipo educativo y mañana, o la próxima emisión semanal, tener un contenido cultural.

Se distinguen características propias de cada parrilla de programación, cada una con particularidades claras y definidas para su emisión. Importante destacar que estas parrillas únicamente se hacen para la emisión en vivo porque no hay un cronograma que publique en la *web* una parrilla alternativa o que muestre lo que se espera encontrar en ellas. En cuanto a la identificación de los contenidos, se anuncian los formatos empleados en la producción en audio, así no vayan acompañados de manera visual por contenidos alternos.

Las formas de presentación en el saludo, las despedidas, las estructuras de programación, homologadores y editores, son los mimos para cada emisora. La diferencia más puntual es en su forma de trasmisión del contenido; mientras Óyeme UJTL tiene toda su programación para ser transmitida en directo, la RUV depende de su programación pregrabada, siendo dos polos opuestos. Acústica y Altaír, están más equilibradas en producción pregrabada y en directo. Toda la emisión programada hace referencia, específicamente, a los espacios musicales puros que transmite cada emisora. También Óyeme UJTL es la única que no ofrece sus productos a la carta, solo en directo; mientras que las 3 restantes no tienen todos sus productos a la carta si ofrecen una buena parte de ellos, tanto para escucharlos en línea como para descargar en formato mp3.

### **En cuanto a los audios analizados se destaca**

Los audios analizados se encuentran en el sitio *web* para modo de descarga o de escucha en línea. Los hechos que se presentan dentro de los programas estudiados tienen en cuenta todos los factores a los que se ven enfrentadas las personas que tocan estas temáticas, además de enriquecer con experiencias propias lo que están tratando, familiarizando así a los oyentes con lo que se está expresando.

Los ejemplos de vida, los procesos académicos, el bienestar de las personas y los estrenos que se tienen en las carteleras de cine son solo algunos de los temas dentro de la producción. Los nombres de cada programa analizado reflejan el contenido que se trata en la producción; asimismo, cuentan con una designación horaria y día especial de emisión, demostrando la organización como tal de la programación y la marcación temática del contenido desde la implementación del título.

Los elementos claves dentro del desarrollo de los contenidos tienen que ver con las variables que se estudian y, por lo cual, se seleccionaron

como muestra los programas que dentro de su contenido tuviesen una temática clara, la cual se va desglosando con el manejo que se le da al tema. La música aparece en todos los programas de contenido como acompañamiento en cortinillas, pero no siempre bien marcadas y con muy bajo sonido; hay poca utilización de los elementos del lenguaje radiofónico para complementar la emisión.

Cada programa se identifica en el transcurso de su emisión por una serie de palabras claves que, a la vez, ayudan a estructurar el desarrollo del mismo, dejando un mensaje claro de reflexión y un mensaje para la audiencia.

El formato radial más utilizado en estos programas analizados es el del magazín, además de las charlas expositivas y creativas como parte del componente estructural de los programas emitidos y las entrevistas como complemento de algunos programas y su contenido general. Los programas analizados cumplen con las características propuestas en su contenido, pero se podrían enriquecer con un uso frecuente de diferentes herramientas del lenguaje radiofónico, útil para romper monotonías.

Los mensajes de la comunicación, en cuanto a lo que dicen y lo que se escucha, cumplen con temas de interés social y comunitario que ayudan a fortalecer los vínculos de la audiencia con la emisora. Las causas por las que se determinan los distintos contenidos tratados nacen de la necesidad de abordar un tema en específico que refleje los intereses de la Universidad, o sea, educativos y culturales, con la finalidad de ofrecer entretenimiento e información.

Todos los programas analizados se ajustan a los parámetros establecidos por la ley porque promueven conocimientos a nivel cultural y educativo; al mismo tiempo, se encargan de orientar y de elevar el nivel cultural de la ciberaudiencia, mientras cumplen un servicio público según lo contemplado en la ley de radiodifusión sonora de Colombia. En cuanto a su contenido, no alteran artículo alguno de la resolución 415 de 2010 y se encuentran dentro de los requerimientos para la producción y la emisión en vivo. En el cumplimiento con el servicio de radiodifusión sonora en Colombia, puede escribirse que estas emisoras adoptan los estándares de producción para las emisoras de interés público exigidos por la ley.

### **3. Utilización de géneros y formatos**

En cuanto a los géneros y formatos que están implementando en la *web*, es importante decir que, en la construcción de estructuras de programas, las

emisoras no exhiben diversidad, ya que se adelantan de manera autónoma por parte de las emisoras y por parte de los realizadores en cada uno de sus programas.

En general, las emisoras utilizan todos los géneros periodísticos, pero no puntualizan los formatos concretamente; asimismo, el desarrollo de cada uno de los programas y la utilización del guión son a elección de los realizadores, aunque, en algunos casos, la emisora sugiere su uso. La edición de los programas corre por cuenta de las emisoras. En algunos casos, los programas tienen emisión a nivel multimedial e hipertextual, sobre todo cuando se incluyen videos y fotografías. No se observa muy marcado el uso de hipertextos con enlace a otras páginas que relacionen los contenidos tratados.

Los géneros y formatos más empleados en las ciber-radios sugiere que todas las emisoras, en su producción y en diversos momentos de la semana, utilizan programas en los que incluyen los géneros dramáticos, narrativo-informativo, opinión y música, siendo el musical el que más sobresale. Los formatos para la producción que utilizan las emisoras universitarias en la *web* son boletines de noticias, notas, entrevistas, invitados, crónicas, avances, seriadados, monólogos dramatizados, minimagazines, formatos argumentativos, deportivos, institucionales, debates, píldoras, formatos expositivos, mitos, leyendas, cápsulas informativas, *tips* educativos y musicales de diferentes géneros.

En las propuestas de narrativas y formatos que utilizan en *internet*, las emisoras se sirven de diversas herramientas para la generación de contenido y su visualización. Cabe aclarar que no es precisamente unificando el lenguaje audiovisual, pues cada plataforma en su convergencia mediática tiene características propias (Salgado, 2009). También cuentan con la capacidad técnica y logística para el desarrollo de producción radiofónica, acompañadas casi todas por todo un equipo gestor, conformado indistintamente por un director, un coordinador, gestores de contenidos, editor de contenidos, directores de programas, auxiliares administrativos y docentes auxiliares; practicantes, ingeniero de sistemas, docentes asesores, monitores, diseñadores *web*, productores de radio, red de reporteros estudiantes y tutores. Esto refleja el buen equipo de trabajo que tienen las emisoras para funcionar de una manera completa e independiente en la producción y realización de los audios emitidos, tanto en *streaming* a la carta como con el mantenimiento de su sitio *web*.

#### 4. Herramientas digitales más utilizadas

En los sitios *web* de las emisoras universitarias se descubren suficientes sistemas expresivos en sus páginas de inicio (Milito, 2012), ya que presentan un *banner* con imágenes de los hechos más importantes, así como de promoción de sus espacios y de las ofertas programáticas habituales. Por ejemplo, la RUV, tiene como imagen central un personaje. No hallamos, durante el muestreo, videos en ninguna de ellas, solo textos en columnas, siendo el más utilizado como elemento expresivo y acompañados por imágenes de los logos de los programas y algunas fotografías relacionadas con los temas allí descritos.

Es posible identificar las herramientas digitales que en la actualidad implementa cada una de las emisoras que, en general, son similares, tanto en la utilización del *software* de edición como para la emisión en vivo. Asimismo, se evidencia diversas herramientas interactivas como la descarga del *podcat*, escuchar música a la carta, dejar comentarios, lecturas relacionadas con algunos contenidos, participación e inscripción en eventos, entre otras. Cada emisora, en menor o mayor medida, presenta una interacción con sus usuarios o públicos a través del *chat* o redes sociales, y pocas veces telefónica.

Todas las emisoras emplean diversas herramientas digitales tanto para emisión en vivo como para el procesamiento de contenidos, divulgación en la red, interactividad y redes sociales.

Las emisoras utilizan diversas herramientas encontradas de manera gratuita en la *internet*; también la utilización del *software* licenciado y libre, haciendo un buen uso y aprovechamiento de estas posibilidades; sin embargo, las tendencias de interactividad son las mismas, y en la utilización de cualquier tipo de *software*, cumplen los mismos principios.

Por lo anterior, las herramientas más utilizadas para la publicación de contenidos son *Soundcloud*, *Mixcloud*, *Ivoox*, *Youtube*, *Powtoon*. Para la transmisión en vivo es usado el *software* libre conocido como el zara-radio. Algunas emisoras manifiestan que utilizan *software* licenciado como libre para la edición de contenido en audio, video, diseño y de fotografía tales como *software* licenciado para la edición del audio, video, fotografía y edición la *suite* de *Adobe*; otras en reemplazo de ellas utilizan *software* libres como *Linux*, *Audacity*, *Gimp*, *Inkscape*, *Lightworks*, entre otros. Para

la música de utilización libre la emisora Acústica emite la música libre del sitio de Jamendo.

## 5. Interactividad que ofrecen las ciber-radios

En los sitios *web* de las emisoras universitarias se hallan sistemas expresivos en sus páginas de inicio (Milito, 2012). Radio Acústica, Altaír y Óyeme, presentan un *banner* con imágenes de los hechos más importantes, así como de promoción de sus espacios. RUV, tiene como imagen principal un personaje. No hay videos en ninguna; solo hay textos en columnas. A sabiendas de que son medios de comunicación radial, el audio no se constituye como factor principal en sus páginas de inicio, exceptuando a la emisora Óyeme, que, cuando se accede a su página, de inmediato suena su embebido en directo; sin embargo, ninguna tiene posibilidades de escuchar *podcast* desde su página de inicio.

Como formas de interacción con los usuarios, algunos programas de las emisoras se comunican con sus oyentes a través de sus redes sociales, siendo *Facebook* la más citada por sus realizadores. La emisora Óyeme ofrece, en su sitio *web*, la posibilidad de interacción por medio de un *chat* permanente; las otras emisoras también lo hacen, pero mediante su *Facebook* oficial, y en algunas ocasiones vía telefónica.

Lo fundamental es la convergencia tecnológica, su interactividad con adaptaciones y modificaciones propias para cada caso y que están relacionadas con la creación de contenido, la utilización de los géneros y formatos; la relación con sus oyentes, desde los sitios *web*, como desde las redes sociales y las posibilidades de visualización, en ocasiones en tiempo real de lo que sucede en los estudios de emisión, es pertinente y eficaz. Además, los recursos audiovisuales que complementan el contenido hacen que se conviertan en una tendencia de la nueva radio en la *web* (Cebrián, 2008).

No obstante, estas emisoras están trabajando por mejorar el uso de las herramientas digitales para ser cada vez más interactivas y poder proporcionarle al oyente diversas conexiones en torno al entretenimiento, la educación y la información.

Así, puede expresarse que las ciber-radios analizadas cumplen con las características propias de su carácter en cuanto a la creación de contenidos, el uso y adaptación de los géneros y formatos y de diversas herramientas digitales para la participación interactiva de los usuarios. En cuanto a

formatos, aplican formas de presentación que van desde la emisión en vivo hasta la programación a la carta; es decir, la posibilidad de escuchar o descargar *podcast*. Todo lo anterior, reitera su comportamiento como auténticas ciber-radios.

## Bibliografía

Asociación Colombiana de Universidades. ASCUN, (2004). *Versión preliminar de Medios de Comunicación Universitarios de Colombia. Situación Actual y Perspectivas*. Recuperado de [https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.unesco.org.ve%2Findex.php%3Foption%3Dcom\\_fabrik%26task%3Dplugin.pluginAjax%26plugin%3Dfileupload%26method%3Dajax\\_download%26element\\_id%3D22%26formid%3D2%26rowid%3D14%26repeatcount%3D0&ei=PuSbUqWeGcb5kQfhg4CYDA&usq=AFQjCNGtxhDhphkMfi5YsdiWDM7gGKVMvQ](https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.unesco.org.ve%2Findex.php%3Foption%3Dcom_fabrik%26task%3Dplugin.pluginAjax%26plugin%3Dfileupload%26method%3Dajax_download%26element_id%3D22%26formid%3D2%26rowid%3D14%26repeatcount%3D0&ei=PuSbUqWeGcb5kQfhg4CYDA&usq=AFQjCNGtxhDhphkMfi5YsdiWDM7gGKVMvQ)

Bautista, M. (2013, 18 de enero). *Radio Universitaria Oasis en el dial. Revista Oasis*. Recuperado de <http://www.revistacredencial.com/credencial/content/radio-universitaria-oasis-en-el-dial>

Bisquerra, R. (1996). (Citado por López Noguero, 2002): Métodos de investigación educativa. Guía práctica (Edición revisada). Barcelona, CEAC.

Cebrián, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona. Gedisa. págs. 45-108

Cebrián, M. (2008). Comunicación interactiva en los cybermedios. *Revista científica de comunicación y educación*. Nro. 33. Vol. 17. DOI: 10.3916/c33-2009-02-001

Creative Commons Colombia, (2017). *Licencias*. Recuperado de <http://co.creativecommons.org/>

Dido, J. (2008). *Radios Universitarias: Realidad y Perspectivas*. Universidad Nacional de La Matanza.

Díez, D. (2009, julio-septiembre). Las radios universitarias en España. Transformación al mundo digital. *Revista Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, N° 80. Recuperado de

<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=2&rev=80.htm>

Fajardo, M., Toloza, B., Tibaduiza, F. & Marín, O. (2010). *La Radio Comunitaria, Una empresa social sustentable: Herramientas para la gestión*. Editado por la Red Cooperativa de Medios de Comunicación de Santander y los ministerios de comunicación y de cultura. Recuperado de [http://redresander.files.wordpress.com/2011/05/libro\\_la\\_radio\\_comunitaria\\_empresa\\_social.pdf](http://redresander.files.wordpress.com/2011/05/libro_la_radio_comunitaria_empresa_social.pdf)

Flores, J. & Cebrián, M. (2007). *Blogs y periodismo en Internet*. Fragua, Madrid.

García, A. (2010). Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales. *Revista Ícono 14. Vol 8 Nro 1*. DOI: 10.719/ri14

García, M. (2008). La Radio de ayer, de hoy y del futuro. *Revistas Peruanas Letras v 79 Nro 114 Lima*. Recuperado en: [http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?pid=S2071-50722008000100007&script=sci\\_arttext](http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?pid=S2071-50722008000100007&script=sci_arttext)

Gaviria, Guillermo (2008). La radio universitaria en Colombia. *Revista 91.9 La revista que suena, (24)*. Recuperado en:

[http://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio\\_universitaria\\_en\\_Colombia\\_-\\_G\\_Gaviria.pdf](http://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio_universitaria_en_Colombia_-_G_Gaviria.pdf)

Hernández, J (2011). *Percepciones de los jóvenes de3 educación superior frente al contenido y la programación de la radio universitaria en Bucaramanga*. Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga Colombia.

López Noguero, F. (2002, 4 de enero). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI: Revista de Educación, Norteamérica*. p. 167-179. Universidad de Huelva. Servicio de publicaciones. Recuperado de <http://uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/xxi/article/viewFile/610/932>

López Vigil, J. (2005), *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito. Recuperado de

<http://documentos.amarcuaguay.org/ManualUrgenteRadialistas.pdf>

Martí, J. M. (2004). *La programación radiofónica* en Sierra, J. (2010): “Estudio de la oferta de programación de las radios autonómicas en España”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-906-368-378.

Milito, C. & Casajús, L. (2011, abril-junio). Las Radios Universitarias Argentinas en Internet: Relevamiento, desarrollos, modelos y enfoques. *Revista especializada en Periodismo y Comunicación*. Vol. 1 Nro. 30. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/viewArticle/1150>

Ministerio de Tecnologías de la Información y comunicaciones. (2004, septiembre). *Políticas para la Radiodifusión en Colombia*. Cuaderno de política Nro. 3. Recuperado de <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf>

Moreno E. (2005, 1 semestre). Las “Radios” y los Modelos de Programación radiofónica. *Revista Digital Communication and Society/ Comunicación y Sociedad*. Vol XVIII, Nro 1. pp 61-111

Muñoz, J. J. & Gil, C. (1994). *La radio. Teoría y Práctica*. Editorial IORTV. Madrid. Segunda edición.

Navarro, L. (2012, 31 de octubre). *Tiempo de cibergéneros periodístico*. *Revista Mexicana de Comunicación*. Recuperado de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/10/31/tiempo-de-cibergeneros-periodisticos/>

Ovalle, M. (2012). *Aspectos de la Cultura Juvenil en una Emisora de Radio Comercial en Cali. Análisis de contenido*. Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali, Colombia.

Pérez, L. (2004, septiembre-diciembre) La Radiodifusión universitaria y los circuitos cerrados de radio en las instituciones de educación superior: Una propuesta para la expresión de los estudiantes. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Número 192. Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42119207>

Perona, J. (2012) Las Radios Universitarias: Más allá de la Radio. Editorial UOC. Barcelona. Recuperado de [http://www.clonica.net/usuario/img\\_usuario/publiradio.net/Des\\_Inv/Las\\_radios\\_universitarias\\_mas\\_alla\\_de\\_la\\_radio\\_-4045.pdf](http://www.clonica.net/usuario/img_usuario/publiradio.net/Des_Inv/Las_radios_universitarias_mas_alla_de_la_radio_-4045.pdf)

Red de Radios Universitaria de Colombia (RRUC), (2013). *Emisoras*. Recuperado de <http://www.radiouniversitaria.org/>

Rodríguez, R. Codina, L. & Peraza R. (2012). Indicadores para la evaluación de la calidad den cibermedios: Análisis de la interacción y de la adopción de la web 2.0. *Revista Española de Documentación Científica*. 35, doi: 10.3989/redc.2012.1.858

Salgado, S. 2009. Salgado. Redes de participación e intercambios comunicativos en la radio pública. En: *Revista Comunicar*, nº 33, 45-54.

Sierra, J. (2010): “Estudio de la oferta de programación de las radios autonómicas en España”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-906-368-378.

Tardesenquito. (2010, 24 de noviembre). La Radio en la actualidad: Estado del arte y sus implicaciones sociales en el marco de las Nuevas Tecnologías. (Web Blog Wordpress) Recuperado de <http://tardesenquito.wordpress.com/2010/11/24/la-radio-en-la-actualidad-el-estado-del-arte-y-sus-implicaciones-sociales-en-el-marco-de-las-nuevas-tecnologias/>

Universidad de Antioquía de Medellín, (2013). *Radio Altair*. Facultad de Comunicaciones. Recuperado de <http://altair.udea.edu.co/>

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, (2013) *Óyeme UJTL*. Facultad de Ciencias Sociales. Facultad de Comunicaciones. Recuperado de <http://www.utadeo.edu.co/es/micrositio/emisora-oyeme-ujtl>

Universidad Eafit de Medellín. (2013). *Acústica*. Escuela de Ciencias y Humanidades Recuperado de <http://acustica.eafit.edu.co/Paginas/inicio.aspx>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD de Bogotá, (2013). *R.U.V. Radio Unad Virtual*. Recuperado de <http://ruv.unad.edu.co/>

Vásquez, M. (2012). *La Radio Universitaria en México y en España: Estudio de participación y formación de los jóvenes*. Departamento de comunicación. Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Ventín, J. (2014). *La radio universitaria en Colombia y España: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una*

*tipología de dirección de medios*. REDial Colombia. “Estado de la Radio Universitaria en Colombia comparado con el caso Universitario de España. Sin publicar y en curso. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=bbnEIVmNHBUAutor>

Villanueva, C. (2008). *La Radio Universitaria y su función social como instrumento para la integración*. Universidad Complutense de Madrid.

Zambrano, R. (2012, Julio-diciembre). *Radiografía de las emisoras universitarias colombianas* (pp.115-138) Respaldada por la Institución Universitaria Unipanamericana. Revista de la Facultad de Comunicaciones No. 28. Universidad de Antioquia. Recupero en [http://www.unipanamericana.edu.co/userfiles/233\\_1\\_lodehoy\\_logros%20docentes.pdf](http://www.unipanamericana.edu.co/userfiles/233_1_lodehoy_logros%20docentes.pdf)