

**El medio radiofónico de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Manizales y su relación con las audiencias de la ciudad.**

**Un análisis retrospectivo desde las mediciones de audiencias 2019-1, 2019-2, 2021- 1 y 2023-1 realizadas por el Observatorio de medios y opinión.**

Nathaly López Patiño (Comunicación Social y Periodismo)

Docente: Julián Andrés Burgos

Universidad de Manizales.

2024

# **TABLA DE CONTENIDO**

<b>RESUMEN.</b>	<b>3</b>
<b>PALABRAS CLAVES</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>Historia de la radio</b>	<b>4</b>
<b>METODOLOGÍA.</b>	<b>8</b>
<b>UMFM 101.2</b>	<b>10</b>
<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>	<b>11</b>
<b>CAMBIOS TECNOLÓGICOS</b>	<b>14</b>
<b>NUEVAS OPORTUNIDADES</b>	<b>18</b>
<b>MEDIOS UNIVERSITARIOS</b>	<b>20</b>
1. Participación estudiantil:	22
2. Variedad de contenidos:	22
3. Alcanzar en la comunidad:	22
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>28</b>
<b>La influencia de la radio en el contexto de los nuevos medios</b>	<b>28</b>
<b>Desafíos y oportunidades en la era digital para la radio universitaria</b>	<b>28</b>
<b>Valor educativo y cultural de los medios universitarios</b>	<b>29</b>
<b>Impacto de la investigación del observatorio de medios</b>	<b>30</b>
<b>UMFM 101.2 se mantiene dentro de las prácticas de consumo</b>	<b>30</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>31</b>

## **Resumen.**

Este artículo realiza un análisis de una serie de estudios de audiencia realizados por el Observatorio de Medios y de Opinión en los años (2019-1, 2019-2, 2021-1, 2023-1), centrando su atención en la emisora UMFM 101.2 y su evolución desde sus inicios en la década de 1990 hasta la actualidad. Se destaca la importancia de la radio como un medio que ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos y las nuevas formas de consumo de información, especialmente con la llegada del internet. Se menciona que, a pesar del crecimiento de las plataformas digitales y redes sociales, la radio tradicional sigue siendo un medio valorado por la población de Manizales, con un 59% de la audiencia manteniendo prácticas de escucha. El artículo también resalta la conexión de las emisoras locales con la cultura y las necesidades de la comunidad, lo que fortalece su relevancia y credibilidad. A lo largo del texto, se presentan estadísticas que evidencian el consumo de medios en la región, así como la interacción de los oyentes con las emisoras locales. Se discuten los beneficios y desafíos que enfrenta la radio en la era digital, incluyendo la necesidad de adaptarse a nuevas plataformas y formatos para atraer a una audiencia más diversa.

**Palabras claves:** Medios universitarios, sociedad, comunidad, comunicación, radio, medios.

## **Abstract**

This article analyzes a series of audience studies carried out by the Media and Opinion Observatory in the years (2019-1, 2019-2, 2021-1, 2023-1), focusing on the UMFM 101.2 station and its evolution from its beginnings in the 1990s to the present. The importance of radio is highlighted as a medium that has been able to adapt to technological changes and new forms of information consumption, especially with the arrival of the Internet.

It is mentioned that, despite the growth of digital platforms and social networks, traditional radio continues to be a medium valued by the population of Manizales, with 59% of the audience maintaining listening practices. The article also highlights the connection of local stations with the culture and needs of the community, which strengthens their relevance and credibility. Throughout the text, statistics are presented that show media consumption in the region, as well as the interaction of listeners with local stations. The benefits and challenges facing radio in the digital age are discussed, including the need to adapt to new platforms and formats to attract a more diverse audience.

# Introducción

## Historia de la radio

La historia de la radio se inició en 1887, con la detección de la radiación electromagnética por parte del físico alemán Heinrich Hertz, previamente señalada veinticuatro años antes por Jaime Clerck Maxwell, a partir de cargas eléctricas potentes. Dentro de estos estudiosos, podemos mencionar a Oliver Lodge, que en 1894 emitió y recibió ondas para representar los puntos y rayas del código Morse, ya muy usado en telegrafía alámbrica. Marconi, gracias a sus saberes, posibilitó que las señales sonoras se propagaran hasta 20 Km, un logro significativo para la época y para la evolución de este medio, la radio (Mendoza, 2013)

El descubrimiento del alemán Hertz representó una significativa contribución para la sociedad de masas, reconocido como la transformación del siglo XIX, época en la que surge la necesidad de ser escuchados por las personas y, evidentemente, no se podía hacerlo en tiempos donde el alcance no era el mismo. Con el desarrollo de las ondas electromagnéticas y su detección, Marconi consiguió que estas ondas alcanzaran un mayor alcance, lo que facilitó la creación de lo que hoy conocemos como la radio, Indudablemente, un proceso bastante complejo en su época que se optimizó con el transcurso del tiempo, dando lugar a una nueva época de la comunicación. Marín sostiene (Marín, 2019), *“la radio es un medio que ha tenido cien años de historia con sus momentos buenos y decaimientos, a lo largo de los años logró adaptarse respecto a los cambios sociales, guerras, avances técnicos, y otros sucesos que ocurrieron en una sociedad cada vez más informada y con el afán de conocer todo lo que ocurra en su entorno.”*

Actualmente la radio se puede escuchar por amplitud modulada (am), frecuencia modulada (fm) y por internet. El sonido puede ser colocado en la página web de cada estación para ser escuchado por vía aplicación en su dispositivo móvil o por señal propia cuando se trata de señal satelital.

El desarrollo y la evolución de la radio como medio de comunicación tiene distintas aristas observables. Las hay económicas, sociales, políticas y también tecnológicas. Por este último aspecto resulta simple e ilustrativo comenzar el recorrido histórico por esta industria centenaria. Cada uno desde su campo de experimentación fue el encargado de sumar los aportes necesarios para la transmisión de sonidos a través del aire a distancias kilométricas. El trabajo de investigación fue desarrollado en paralelo por distintas personas, con distintas especialidades, con diferentes métodos de trabajo y con diversos orígenes geográficos. *“Podría decirse que la radio es un descubrimiento universal”*. (Espada, 2018).

La radiodifusión la cual inicia oficialmente el 2 de noviembre de 1920 en Pittsburgh, Estados Unidos (EEUU) con la emisora de radio K.D.K.A, primera estación que emitió una programación radiofónica y comercial de forma continuada. Con las experiencias en EEUU y Europa, la radiodifusión llega rápidamente a Latinoamérica, los primeros ensayos se hacen con equipos pequeños destinados a un 122 número limitado de escuchas que poseían receptores así lo manifiesta (Yaguana Romero, 2012): El 27 de agosto de 1920, desde el Teatro Coliseo se trasmite la ópera Parsifal, la escucharon los pocos adelantados que tenían en sus casas radio, se inauguró también la primera emisora nacional: LOR, Radio Argentina, que tuvo competencia dos años después: LOX Radio Cultura, la primera radio con publicidad

En las IES, la radio universitaria comenzó siendo una herramienta de experimentación de las carreras de ciencias e ingenierías, pero, rápidamente, *“se fue viendo en ellas un mecanismo privilegiado para la divulgación de la cultura y la ciencia”* (Cavallo & Gaviria, 2014). La primera emisora que se

puso en marcha fue en la Universidad de Antioquia, Medellín, en 1933, como un experimento del Departamento de Física. Quince años después, la Pontificia Universidad Bolivariana de Medellín inauguró la segunda radio universitaria de Colombia, ya con un objetivo más centrado en la divulgación desde la cosmovisión cultural universitaria y confesional. La tercera emisora vino de manos de otra institución privada, la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, en 1977, y se presentó como una emisora formativa, para más adelante abandonar ese modelo, de emisora educativa, para centrarse en la divulgación cultural y académica. Cinco años después, en 1982, nació la cuarta en el seno de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, emisora que, se centraría en la promoción y divulgación de la música de alta cultura.

Entonces se entiende como una emisora universitaria, las estaciones operadas por instituciones de educación superior y legalmente reconocidas y acreditadas por el Ministerio de Educación Nacional.

La funcionalidad de la Radio Universitaria supera la definición que realiza el Estado en el artículo 74 de la resolución 2614 de 2022: *Tienen a su cargo la radiodifusión Estatal con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación; estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo; apoyar el proyecto educativo nacional y servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Este servicio se prestará a través de las entidades oficiales educativas en los niveles de básica primaria y media y a través de instituciones de educación superior de carácter público, legalmente reconocidas y acreditadas institucionalmente por el Ministerio de Educación Nacional. (MITIC 2022, s. f.).*

Terminando con el contexto histórico del tema propuesto, ahora quiero dejar claro el propósito de esta investigación que es examinar la progresión e influencia de los medios universitarios de comunicación en la Universidad de Manizales, poniendo especial atención en el medio radial. El estudio tiene como objetivo entender cómo estos medios se han ajustado a las fluctuantes

necesidades y expectativas de sus públicos, en especial la comunidad universitaria y la ciudad en su conjunto. Estos estudios realizados en el 2019, 2021 y 2023 buscan, mediante el estudio de datos de audiencia, preferencias de contenido y tendencias de consumo de información, reconocer las fortalezas y áreas de mejora de estos medios, además de investigar tácticas para potenciar su función en la propagación de información, el fortalecimiento de la identidad institucional y el fomento del pensamiento crítico en un ambiente académico en constante evolución.

El observatorio de medios cumple un papel social esencial al funcionar como organismos de vigilancia y estudio del escenario mediático, favoreciendo la transparencia y la calidad de la información que la sociedad absorbe. Su relevancia se basa en la habilidad para valorar el efecto de los medios de comunicación en la opinión pública, reconocer tendencias en el consumo de información e identificar posibles desinformaciones o mensajes en la cobertura de los medios. Además, este observatorio promueve la conversación entre los medios de comunicación, la academia y la comunidad, impulsando una ciudadanía crítica e informada. Finalmente aclarar la importancia de los estudios de audiencia. Este tipo de estudio es esencial para determinar qué clase de información es pertinente para la audiencia, cómo utilizan los distintos medios y qué elementos afectan sus elecciones de consumo. Al tener un mejor entendimiento de la audiencia, los medios pueden elaborar tácticas más eficaces para captar y mantener a sus audiencias, lectores o espectadores, garantizando de esta manera su viabilidad y pertinencia en un ambiente mediático en constante cambio.

La relevancia del análisis de las audiencias reside en su habilidad para orientar e informar las decisiones de programación y contenido de los medios. En un entorno en el que la oferta de información es numerosa y diversa, comprender las preferencias del público se transforma en un elemento crucial para el triunfo de cualquier medio. Además, el análisis de las audiencias aporta.

## **Metodología.**

El estudio de audiencia realizado por el Observatorio de Medios de la Universidad de Manizales es una investigación exhaustiva que busca comprender el comportamiento de los oyentes de radio, televidentes y consumidores de medios digitales en la ciudad de Manizales, Colombia. A través de la observación de escuetas, el estudio busca identificar patrones y tendencias en el consumo de medios, así como las preferencias y necesidades de la audiencia. El objetivo principal es proporcionar información valiosa para que las organizaciones de medios puedan adaptar su contenido a las necesidades y preferencias de su audiencia seleccionada.

El estudio también busca contribuir al avance de la investigación en medios, proporcionando nuevos conocimientos sobre el comportamiento de la audiencia y los patrones de consumo. Para entender mejor a la audiencia, las organizaciones de medios pueden mejorar la calidad y relevancia de su contenido, lo que a su vez puede aumentar la satisfacción y la lealtad de la audiencia. Además, puede ayudar a identificar oportunidades para innovar y mejorar la oferta de medios en la región, lo que puede tener un impacto positivo en la sociedad y la economía local.

Con años de investigaciones y estudios de audiencias realizados por El Observatorio, este artículo se enfoca en las encuestas realizadas en el año 2019, 2021- 1 y 2023, puesto que durante la pandemia y la virtualidad de las clases este estudio se suspendió. El propósito del estudio es examinar cómo ha evolucionado la conexión entre la radio de la Escuela de Comunicación y los oyentes de la ciudad, a través de los datos de audiencia de varios años, para proporcionar una visión de cómo el medio se ha desarrollado en relación con su público.

La investigación se dividió en tres fases: en primer lugar, se intentó aclarar el conocimiento y la relación del encuestado con los medios tradicionales, en segundo lugar, se solicitó que los hechos

concretos se expresaran de forma más "objetiva" descriptiva y relacionada con los medios de comunicación de la organización. En tercer lugar, se hicieron recomendaciones.

Cada año se realizaron de 200 a 500 encuestas las cuales estaban compuestas de 33 preguntas y un margen de error del 5%. Estas muestras son de tipo cuantitativo y descriptivo, diseñadas para ofrecer una visión general, numérica y estructurada del comportamiento de los encuestados en relación con el consumo de medios, dirigida a todo tipo de personas, desde los 15 años de edad, estratos sociales desde 1 – 6 y género. Estas se realizaron con el apoyo de los estudiantes de tercer semestre de la escuela de Comunicación bajo la supervisión del docente del curso y la mía como asistente de investigación, llevando un registro en el software Question pro, una plataforma de investigación de mercado y encuestas en línea que ofrece herramientas para crear, distribuir y analizar cuestionarios. Permitiéndole a la universidad recopilar datos precisos, confiables sobre las preferencias y comportamientos de la audiencia, lo que ha ayudado a informar decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación y los medios. Aunque se hicieron las mediciones de los demás medios de la escuela, este artículo se enfocara solamente en los resultados de la radio UMFM 101.2

El análisis de los datos se realizó utilizando métodos estadísticos descriptivos, presentando los resultados en forma de porcentajes y gráficos, esto permitió visualizar claramente las tendencias en el consumo de medios a lo largo de los años estudiados, prestó especial atención a la comparación entre el consumo de medios tradicionales, como la radio, y las nuevas formas de consumo digital. El estudio incorporó elementos de análisis cualitativo, interpretando los resultados en el contexto de los cambios tecnológicos y sociales que han afectado el panorama mediático en los últimos años, considerando factores como la convergencia mediática, la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo de información y entretenimiento.

La metodología también incluyó una revisión de literatura relevante, citando estudios y conceptos de expertos en el campo de la comunicación y los medios digitales, esto proporcionó un marco teórico para interpretar los resultados obtenidos y situarlos en un contexto más amplio de tendencias globales en el consumo de medios.

## **UMFM 101.2**

En el ámbito de los medios de comunicación, la universidad cuenta con varios canales y plataformas que cumplen funciones importantes tanto dentro como fuera del campus. La emisora radial, el periódico estudiantil, la revista académica, plataformas en línea y redes sociales, son los medios que contribuyen a la difusión de información y al intercambio de conocimientos dentro de la comunidad universitaria. Estos medios son esenciales para fomentar el diálogo, la participación y el desarrollo académico, cultural en la universidad. Operados con la participación de estudiantes, profesores y personal de la universidad, quienes también producen y presentan programas en vivo. Con una trayectoria desde la década de 1990 circulando el primer Unidiario, (periódico) y 2015 la Radio empieza a emitir señal musical.

La experiencia en radiodifusión en la Universidad de Manizales se retoma en 1997, los profesores y estudiantes produjeron contenidos y emitieron algunas horas al día entre semana, una señal sin licencia (pirata) de muy baja potencia, en la frecuencia 96.3 del FM, que se denominada UMFM identificada como una “señal de prueba” en la que se programaba música y se realizaban transmisiones de algunos eventos de interés académico y social, como conferencias, el desarrollo de las elecciones locales, y el cubrimiento de alguna actividad deportiva interna. Una lógica de

laboratorio de radio con estudiantes del programa, liderados por los profesores Eliana Herrera y John Jairo Herrera.

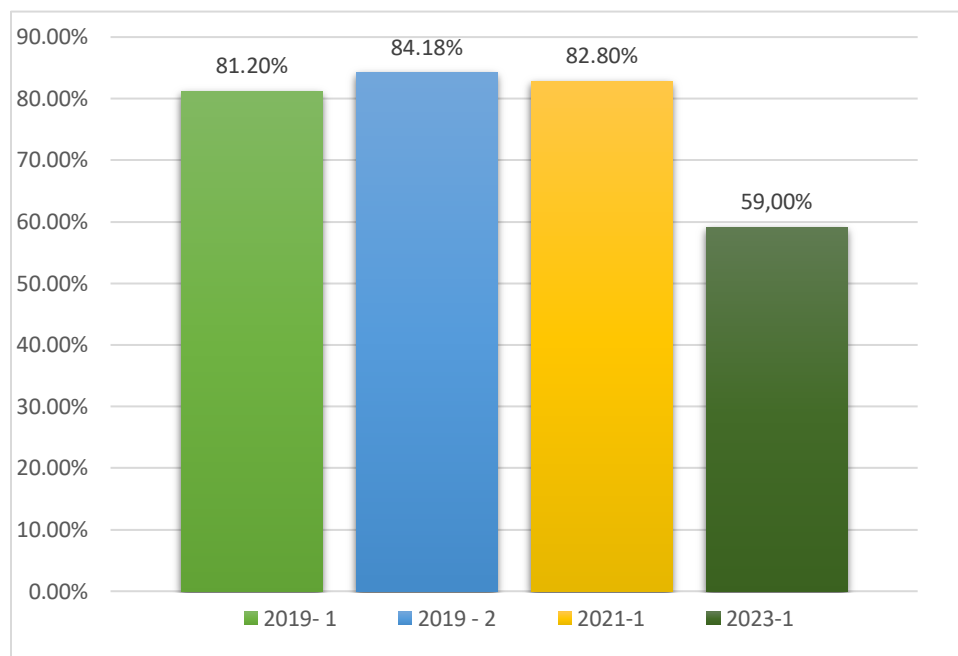
Luego de varios años de emisiones a través del circuito interno del audio y convenios de emisión de contenidos con emisoras del municipio de Neira, Radio Cóndor y de la Gobernación de Caldas, en Manizales. En el año 2012 se emiten en línea a través del internet los primeros programas de la UMFM, que ya ofrece esa opción sin restricciones de licencia o legislación, con lo cual la universidad se vincula a la Radio Universitaria de Colombia, pero fue a partir de los años 2012 y 2013 que se abre la posibilidad de contar con la concesión de una frecuencia. La universidad retoma esa gestión, dado que para entonces ya se tiene la Acreditación Institucional que la regulación sobre radio exigía para las universidades que deseen tener emisora educativa.

Finalmente, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Min TIC), reconoce a la Universidad la licencia para operar la estación en frecuencia modulada, en 101.2, donde UM Radio empieza a emitir señal musical el 29 de octubre de 2015. Hoy la emisora cuenta con una parrilla de programación variada que incluye contenidos informativos, musicales, culturales y educativos, en los que tiene preponderancia la participación de los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo, bajo la dirección de profesionales y profesores del programa.

## **Análisis de resultados**

Manizales, una ciudad situada en el corazón de la región cafetera de Colombia, ha sido históricamente conocida por su arraigada tradición y cultura. Aunque en las últimas décadas ha experimentado un crecimiento urbano y cambios significativos, aún conserva muchas características de una sociedad tradicional en varios aspectos: la primera de esas características es que, a pesar de

los avances tecnológicos y la proliferación de nuevas formas de comunicación, como el internet y las redes sociales, los habitantes de Manizales aún muestran un fuerte vínculo con la radio tradicional, como lo muestra la siguiente gráfica:

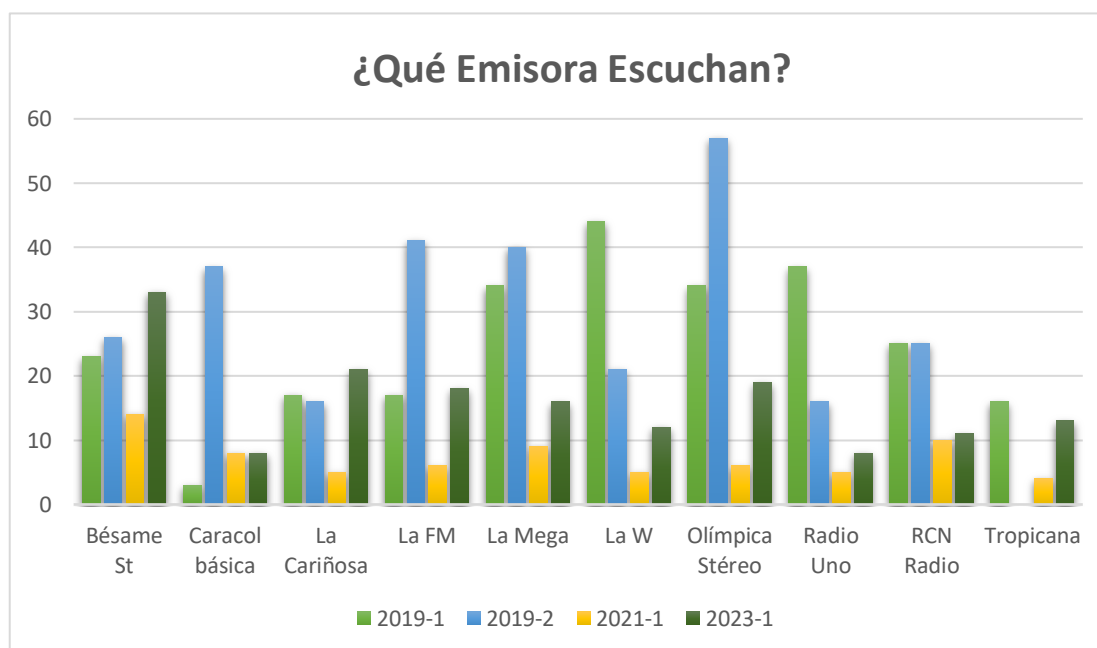


*Título: Radio tradicional o convencional  
Gráfica 1: Nathaly López P  
Información: ((Observatorio de Medios, 2019)*

Los datos presentados muestran que una gran parte de la población continuó escuchando la radio en distintos momentos, lo que indica su incorporación y relevancia en la vida cotidiana de la ciudad. Aunque hubo una caída en 2023, aún el 59% de la población sigue manteniendo las prácticas tradicionales. El hecho de que el porcentaje de personas que escuchan la radio de manera tradicional se haya mantenido constante y en algunos casos incluso haya aumentado ligeramente, muestra que los manizaleños aún valoran y utilizan este medio, citando varias posibles razones para ello:

1. Las estaciones de radio locales pueden ofrecer programación que se centre en los intereses y necesidades de la comunidad de Manizales, haciéndola relevante y atractiva para los oyentes locales. Las noticias locales, la música regional y el entretenimiento pueden fortalecer el sentido de identidad y pertenencia de los residentes de la ciudad. 2. Las estaciones de radio locales suelen considerarse una fuente confiable de información, especialmente durante emergencias o eventos importantes.

En ese orden de ideas los manizaleños sienten que las emisoras locales hablan su idioma, no solo por el acento y la forma de expresión, sino también por la conexión directa con la cultura manizaleña, las costumbres y el estilo de vida de la región. Finalmente, la interacción constante entre oyentes y emisoras locales a través de concursos, llamadas al aire y participación comunitaria también es un factor clave que fortalece esta preferencia, como lo demuestra la siguiente gráfica.



Título: Emisoras locales  
 Gráfica 2: Nathaly López P  
 Información: (Observatorio de Medios, 2019)

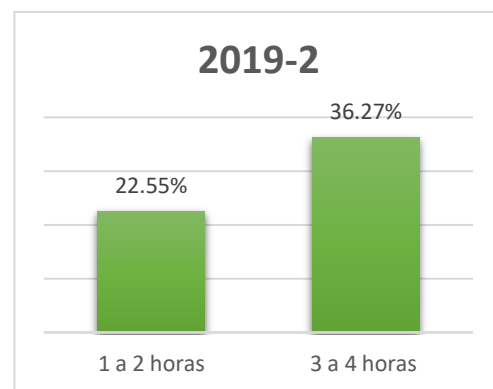
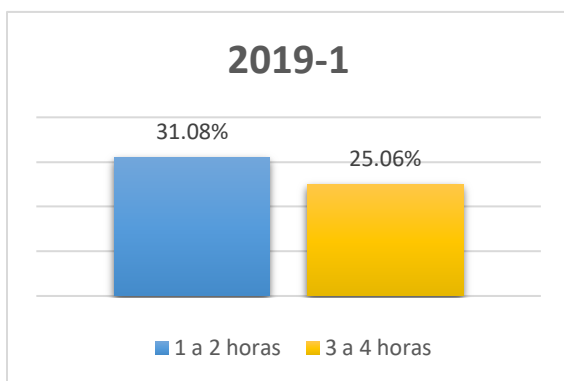
## Cambios Tecnológicos

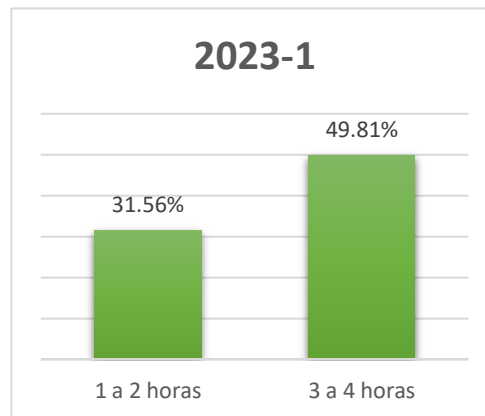
En Colombia, a partir de la segunda década del siglo XXI, cuando se produjeron importantes cambios tecnológicos en el mundo y en el país, comenzaron a afianzarse los conceptos de convergencia mediática e historias transmedia, *La convergencia mediática integra diferentes medios de comunicación para ofrecer contenido accesible en Múltiples plataformas, mientras que las historias transmedia expanden narrativas a través de varios medios, cada uno aportando elementos únicos para enriquecer la experiencia de la audiencia,*(Hootsuite y We Are Social 2024) lo que llevó a un aumento significativo en el número de personas conectadas. Según Hootsuite y We Are Social (2024), a enero de 2024, el 75,7% de la población ya tiene conexión a internet en Colombia, lo que se traduce en 39,51 millones de personas. En ese mismo orden de ideas, existen al menos 77,02 millones de conexiones móviles (147,5%), lo cual supera la población del país; mientras los usuarios activos en redes sociales ascienden a los 36,70 millones (representando al 70,3%).

Lo mejor de la radio como tecnología, especialmente ahora que se puede escuchar a través de internet, es su capacidad de adaptarse y estar presente en todas partes, combinando lo mejor de lo tradicional con lo digital. *“Los accesos en tecnología 4G representan el 89.8% del total, alcanzando los 40,4 millones a finales del 2023”*(Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), 2024) Antes, la radio dependía de frecuencias locales para llegar a su audiencia, pero con la llegada del internet, su alcance se ha expandido globalmente. Ahora puedes sintonizar una emisora local desde cualquier parte del mundo con solo un dispositivo conectado. Esta flexibilidad no solo ha potenciado su accesibilidad, sino que también ha permitido que la radio mantenga su papel como un medio de acompañamiento constante, disponible en cualquier lugar: en el coche, en casa, en el trabajo o durante desplazamientos.

El hecho de que la radio ahora esté disponible en línea significa que puede integrarse en nuevas plataformas, como aplicaciones móviles y servicios de streaming, mientras conserva su naturaleza en vivo y cercana. Así, sigue ofreciendo noticias en tiempo real, entretenimiento y música, pero con la ventaja de que la audiencia puede elegir cómo y cuándo escucharla, ya sea por ondas tradicionales o por internet. Esto ha hecho que la radio se adapte perfectamente a las necesidades de la era digital sin perder su esencia de movilidad y omnipresencia.

Las siguientes estadísticas nos dan a conocer la tendencia que existe entre las personas de 15 y 64 años pasando alrededor de dos a cuatro horas navegando por Internet en la población manizaleña se debe a una combinación de factores, incluyendo la accesibilidad y penetración de la tecnología, la necesidad de información y conexión, el entretenimiento en línea y la influencia de la cultura digital. Esta tendencia es un reflejo de la forma en que la tecnología ha cambiado la forma en que vivimos y nos relacionamos con los demás, esto puede tener tanto efectos positivos como negativos en los medios de comunicación tradicionales

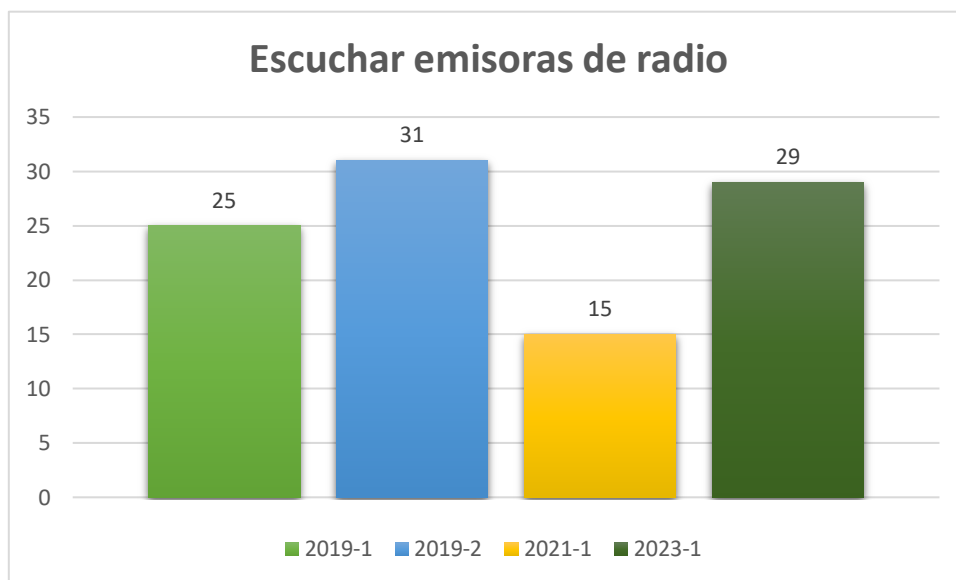




*Título: Horas navegada en Internet*  
*Gráfica 3: Nathaly López P*  
*Información: (Observatorio de Medios, 2019)*

Posibles beneficios para los medios tradicionales: aprovechar Internet como una extensión de sus plataformas, utilizando sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales para llegar a una audiencia más amplia y diversa y la oportunidad de interactuar directamente con su audiencia a través de comentarios, encuestas en línea y redes sociales, lo que permite una mayor participación y retroalimentación del público.

Por otro lado, están esos desafíos, como el aumento en el tiempo dedicado a navegar por Internet este puede resultar en una disminución en el tiempo dedicado a consumir medios tradicionales como la radio, desafiando los modelos de negocio tradicionales, como la publicidad impresa o la venta de espacios publicitarios en televisión y radio, lo que requiere adaptación y diversificación de fuentes de ingresos. La clave para los medios de la UM, será adaptarse a estos cambios y encontrar maneras creativas de aprovechar las ventajas del Internet teniendo en cuenta que en el 2021 y 2023 el 11,21% de la sociedad navega para escuchar radio, como se ve reflejado en la siguiente gráfica.



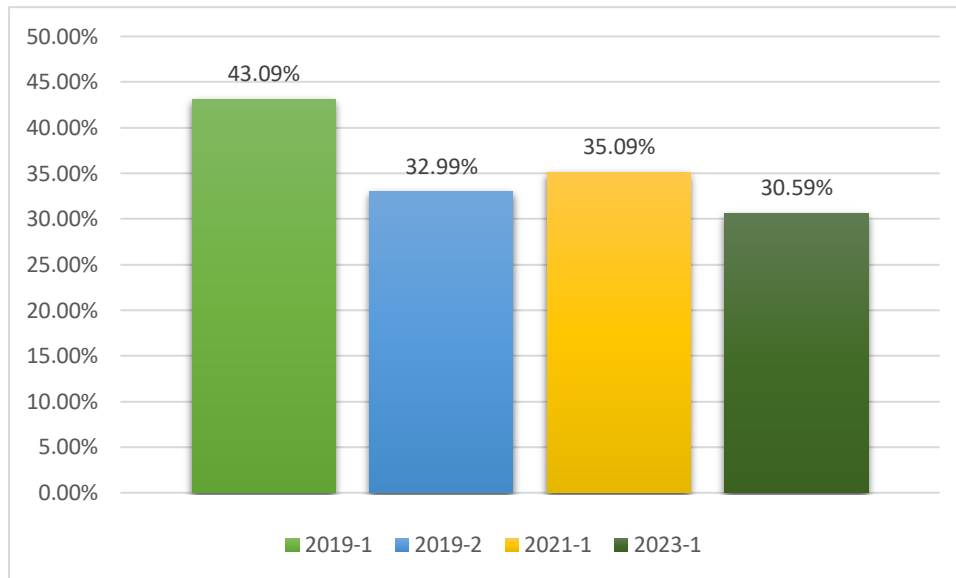
Título: *Pará que navega en internet*  
 Gráfica 3: *Nathaly López P*  
 Información:  
 :(*Observatorio de Medios, 2019*)

Los expertos coinciden en que la actual convergencia mediática ha hecho de la radio un medio de comunicación multisoporte que debe adaptar la oferta de contenidos a los nuevos cambios que se están produciendo en el consumo mediático. Dicho de otra manera, según (Pedrero-Esteban y García-Lastra 2019), “la hibridación de la radio con Internet y las plataformas digitales requiere de una redención de sus estrategias de programación, una readaptación a los nuevos hábitos de consumo de su audiencia y un replanteamiento de su estrategia comercial. Así lo han puesto de manifestó diferentes investigadores que han llegado a la conclusión de que la característica principal de la radio es hoy la multidistribución de contenidos a través de las plataformas digitales”. Esto significa que la radio ya no es solo un medio de comunicación que se limita a la transmisión de audio, sino que puede ofrecer contenido en diferentes formatos ya través de diferentes canales.

## Nuevas oportunidades

En las décadas de 1980 y 1990, las sociedades de todo el mundo sufrieron el panorama global, que ha experimentado cambios sin precedentes. Esta fase histórica ha sido definida como la “era digital” (o revolución digital) y continúa hasta el día de hoy, pero aún no vemos su final. A nivel global, asistimos a un proceso de transformación digital que pertenece a la globalización social, política e incluso tecnológica y es un factor de cambio económico. La tecnología digital es un período de nuevas oportunidades y nuevos desafíos.

*Según (Herrera, 2012), las redes sociales tienen un motivo unificador, es decir, las personas están conectadas por intereses, aficiones, innumerables particularidades y universales, que cambian y modifican significativamente el mundo a través de la información y la comunicación. En teoría se aprende en la práctica, y entonces no hay razón para que élites o grupos se los quiten o exploten. Entonces se afirma que Internet es para todos, lo crean todos y todo lo que existe. Atribuyendo el siguiente concepto a “red social”. “Como un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas.” Desde luego, esta interacción está marcada por algunos aspectos particulares como el anonimato total o parcial, si así el usuario lo deseará, la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico, así como también la seguridad e inseguridad que dan las relaciones que se suscitan por esta vía. (Herrera 2012)*



*Título: Uso red social.  
Gráfica 4: Nathaly López P  
Información: (Observatorio de Medios, 2019)*

Según los resultados vistos en el anterior esquema, el uso de redes sociales ha disminuido con el tiempo, pasando de un 43% en 2019 a un 30% en 2023 entre los entrevistados.

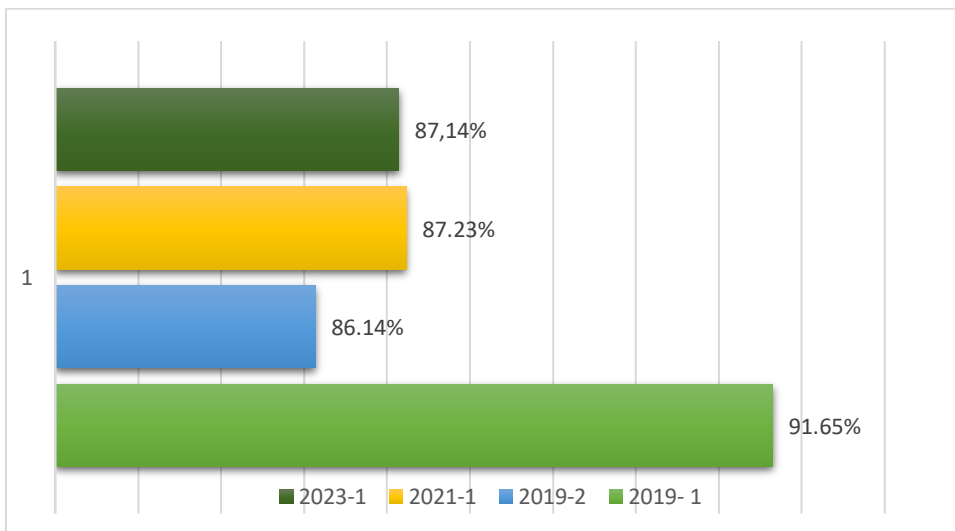
Esta tendencia puede ser beneficiosa para la radio, pues la disminución del uso de redes sociales puede llevar a una mayor audiencia a la radio, ya que las personas pueden buscar alternativas para obtener información y entretenimiento, aprovechando esta oportunidad para ofrecer contenido que celebre la cultura y la historia de Manizales, lo que puede ayudar a preservar la identidad cultural de la ciudad. También, la radio puede posicionarse como una fuente confiable de noticias y entretenimiento en un entorno donde la desinformación es común en redes sociales. Esto puede fortalecer la lealtad de la audiencia, ya que los oyentes buscan fuentes que ofrezcan calidad y credibilidad. Finalmente, la radio puede aprovechar esta tendencia al innovar en su programación y promocionarse como una alternativa más relajada, atrayendo así a una audiencia que busca experiencias auditivas auténticas.

## Medios universitarios

Los medios universitarios son plataformas de comunicación gestionadas por universidades, que incluyen prensa escrita, radio, televisión, portales digitales, y contenido multimedia. Estos medios tienen el propósito de educar a los estudiantes a través de la práctica, difundir investigaciones y trabajos académicos, promover la cultura, vincular a la comunidad universitaria con la sociedad, y fortalecer la identidad institucional. Sirven como canales clave para compartir conocimiento, fomentar el intercambio de ideas, y proyectar la misión y valores de la universidad, tanto interna como externamente.

*Algunas perspectivas y funciones que han sido encomendadas a la Radio Universitaria a lo largo del tiempo. Inicialmente, se puede anotar que la emisora universitaria desempeña un papel de extensión que abre las puertas de la universidad a los oyentes, esto es lo que se define como “Modelo comunitario clásico” (Berlín, 2002), donde la emisora extiende a toda la sociedad la cultura institucional en los mismos formatos usados en las aulas. En este caso, la legitimidad de la emisora no se da por el medio en sí o por el uso que de ella haga la audiencia, sino por la institución y su carácter de producción de conocimiento especializado. Otra de las perspectivas o funciones que se ha asignado a la radio universitaria es la de difundir la cultura de una ciudad, región o país; entendiendo el término cultura como las diferentes expresiones y modos de hacer de los individuos y colectividades. Para la radio universitaria, esto significa dar paso a la expresión de artistas, intelectuales, estudiantes, docentes, investigadores y comunidades. (Ana María Díaz Jordán1, 2016)*

La universidad de Manizales cuenta con varios medios de comunicación propios que sirven como herramientas para la difusión de información académica, cultural y comunitaria, estos medios son, periódico, revistas, radio y plataformas digitales relevantes para la comunidad universitaria y el público en general. En estas plataformas se puede ver la participación de estudiantes, profesores y miembros del personal en la institución, permitiendo ser un interesante y valioso ingenio de experimentación de nuevos formatos, nuevas voces y la utilización de tecnologías aplicadas a la mejora de la comunicación. “En ellas se permite un análisis de la realidad crítica y argumentando, alejado de intereses políticos y comerciales, las radios universitarias, por ser culturales, no emiten publicidad” (Osorio & Gómez, 2011a)



Título: Escuchan Um Fm  
 Gráfica 5: Nathaly López P  
 Información: (Observatorio de Medios, 2019)

La gráfica se observa una reducción constante en el porcentaje de personas que no sintonizan UMFM 101.2. En el año 2019, un 70% de la población encuestada no escuchaba la emisora. Para 2021, este porcentaje disminuyó al 65%. En 2023, la cifra se redujo aún más, alcanzando un 60%.

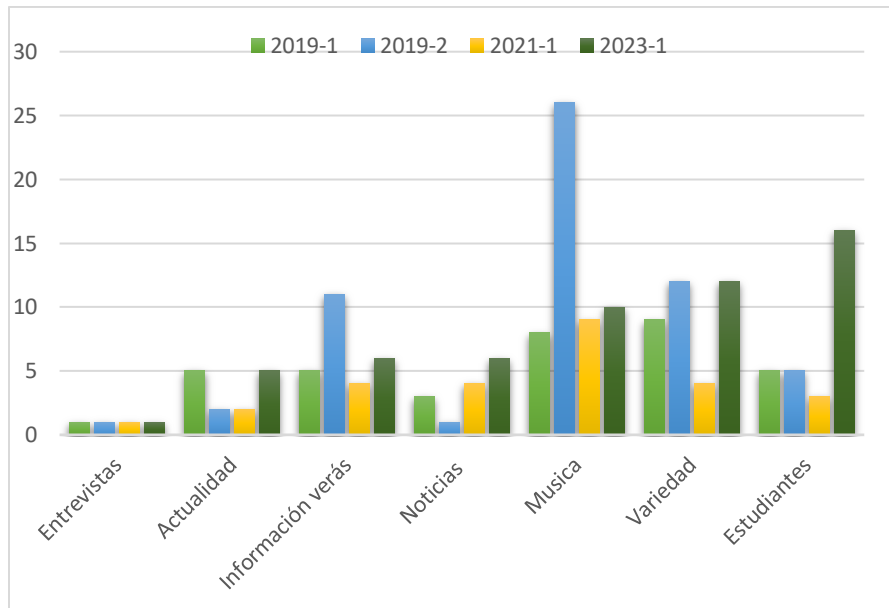
La disminución del 10% en el número de no oyentes entre 2019 y 2023 sugiere que UMF 101.2 ha logrado atraer a nuevos oyentes durante este período. La tendencia general es ascendente, lo que sugiere una mayor popularidad y aceptación entre los oyentes.

La participación activa de los estudiantes como reporteros y creadores de nuevos programas sin duda ha desempeñado un papel crucial en este avance, permitiendo así que los estudiantes desarrollen habilidades prácticas, facilitando la formación. Aquí hay algunas razones por las que este aumento en el reconocimiento es tan notable, según los aportes de los encuestados.

1. Participación estudiantil: La inclusión de los estudiantes en la producción de contenido para los medios universitarios no solo les brinda una oportunidad invaluable de desarrollo profesional y personal, sino que también asegura que los contenidos sean relevantes y atractivos para su audiencia.

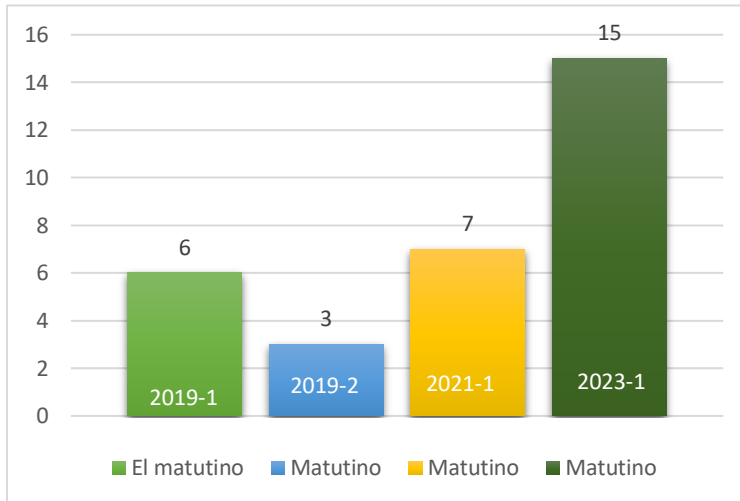
2. Variedad de contenidos: La diversificación de los programas y contenidos ofrecidos por los medios universitarios garantiza que haya algo para todos los gustos e intereses. Desde programas de noticias hasta música, cultura, ciencia y educación, esta amplia gama de temas aumenta la accesibilidad y el atractivo de los medios universitarios.

3. Alcanzar en la comunidad: El hecho de que los medios universitarios estén ganando reconocimiento en diferentes zonas, estratos y edades de la ciudad es un indicador claro de su creciente influencia en la comunidad. Este alcance ampliado sugiere que los medios universitarios están logrando conectar con una audiencia más diversa y llegar a sectores de la población que previamente podrían no haber estado familiarizados con ellos, como se ve reflejado en la siguiente ilustración.



Título: Porque les gusta UMFM  
 Gráfica 6: Nathaly López P  
 Información: (Observatorio de Medios, 2019)

Es interesante destacar que, según los datos proporcionados, dos de los medios universitarios más conocidos de la Universidad de Manizales son “El Matutino” formato radial y “Página” de prensa escrita. Estos medios, al ser reconocidos entre la comunidad, juegan un papel importante en la difusión de información y el fortalecimiento de la identidad institucional.



*Título: Audiencia del programa  
El Matutino  
Gráfica 7: Nathaly López P  
Información : (Observatorio de  
Medios, 2019)*

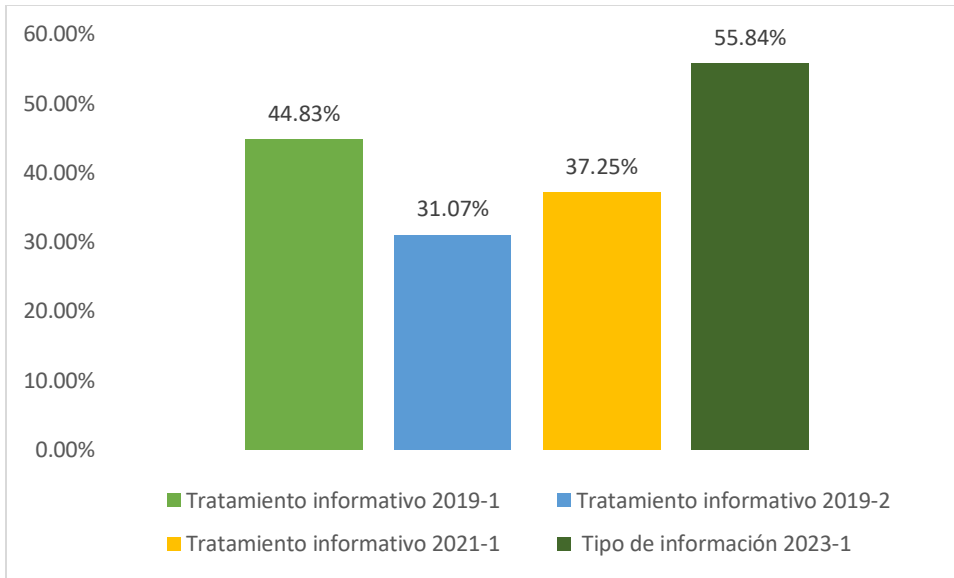
La transmisión del programa El Matutino por radio puede ofrecer a la comunidad universitaria y a la ciudad en general una manera conveniente y accesible de mantenerse informados sobre eventos, noticias y actividades relevantes. El formato radial puede ser especialmente efectivo para llegar a una audiencia diversa y para proporcionar actualizaciones en tiempo real sobre temas de interés. Por otro lado, una página de prensa escrita, ya sea en formato impreso o digital, ofrece un espacio para la publicación de artículos, reportajes, entrevistas y otros contenidos informativos y educativos. Este medio puede ser práctico para aquellos que prefieren consumir información de manera más detallada y reflexiva, así como para aquellos que desean acceder al contenido específico en momentos convenientes para ellos. La popularidad de estos dos medios también podría atribuirse a la calidad de su contenido, su relevancia para la comunidad y la eficacia de su promoción y distribución. En conjunto, el éxito de estos medios demuestra el impacto positivo que pueden tener los esfuerzos de difusión y participación estudiantil en la creación y promoción de medios universitarios.

De la gráfica que notaremos a continuación observaremos cómo, incluso en un entorno universitario como el de la Universidad de Manizales, las audiencias continúan evolucionando y

exigen cambios en la forma en que se procesa la información. Este fenómeno refleja una sociedad en continua transformación, caracterizada por una conciencia cada vez mayor de la importancia de la precisión y la transparencia de la información. La creciente diversidad de plataformas digitales y el acceso instantáneo a los datos han aumentado las expectativas del público sobre la calidad, relevancia y formato del contenido de las noticias. En este contexto, los medios universitarios deben adaptarse a nuevas demandas, como una cobertura más profunda de la actualidad, la integración de formatos multimedia interactivos y una actitud crítica hacia la desinformación. Estos ajustes no solo satisfacen las necesidades de una audiencia más informada y exigente, sino que también fortalecen el papel de la universidad como centro de excelencia en la producción y difusión del conocimiento.

Para abordar esta preocupación, la emisora de la Universidad de Manizales puede utilizar herramientas de análisis de datos para identificar tendencias y patrones en la audiencia, y así ofrecer contenido más relevante y personalizado.

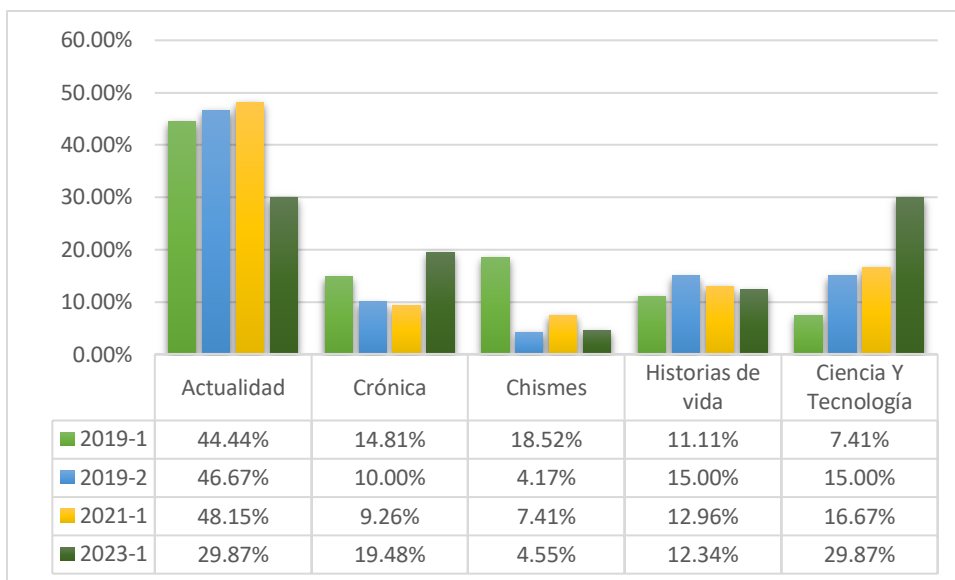
La mejora en el tratamiento de datos no solo va a satisfacer las necesidades de una audiencia más informada y exigente, sino que también fortalecerá el papel de la universidad como centro de excelencia en la producción y difusión del conocimiento. Además, puede influir en la toma de decisiones informadas y en la lucha contra la desinformación, lo que es especialmente importante en un entorno universitario donde se busca promover el debate y el pensamiento crítico. A continuación, el gráfico.



*Título: Mejoras para el medio UFMF  
Gráfica 8: Nathaly López P  
Información: (Observatorio de Medios, 2019)*

El hecho de que los medios universitarios de la Universidad de Manizales hayan experimentado un incremento significativo en su reconocimiento y relevancia en los últimos años indica que están haciendo algo bien. Sin embargo, es crucial que sigan adaptándose a las necesidades y expectativas de su audiencia.

El cambio en el tipo de información solicitada en el 2023 puede ser una señal de que la audiencia está buscando un enfoque más específico o diversificado en las noticias que consumen. Esto podría implicar una mayor atención a ciertos temas, una profundización en la investigación periodística, o una presentación más innovadora y atractiva de la información, pensando en lo que más les llama la atención que son: la ciencia, las crónicas e historias basadas en hechos reales.



*Título: Temas que les gustaría escuchar*  
*Gráfica 9:*  
*Nathaly López P*  
*Información:*  
*(Observatorio de Medios, 2019)*

*“En los últimos años, hemos sido testigos de un cambio radical en el panorama del audio, una explosión de cosas nuevas que se mezclan audiencias, canales, formas y procesos, y condujo a su metamorfosis o radio morfosis”, si empleamos el término propuesto por (Martins 2008), Este proceso está dentro de la invasión que ha tenido el Internet sobre los medios tradicionales: la democratización de Internet está lejos de ser el fin de la radiodifusión tradicional. No se trata de una simple ampliación de los sistemas de distribución, sino de un desarrollo tecnológico que crea nuevos lenguajes, nuevos formatos y nuevos escenarios, así como una mayor segmentación de la audiencia en términos de estaciones y dispositivos utilizados para acceder a los contenidos.*

Como resultado de este cambio, los docentes y alumnos encargados del medio van asumiendo cada vez más tareas nuevas, que en muchos casos requieren competencias y habilidades diferentes y requieren la creación de perfiles adicionales. Enriquece el audio tradicional y la demanda con contenidos multimedia (vídeo, imágenes, metadatos...). La interconexión de los ecosistemas y las audiencias digitales está cambiando los procesos de producción de contenidos: tanto los recursos humanos como los técnicos se están adaptando a los flujos de trabajo.

## **Conclusiones**

### **La influencia de la radio en el contexto de los nuevos medios**

*A pesar de la creciente prevalencia de Internet y las redes sociales, la radio sigue siendo un medio relevante en la vida de muchas personas, como se observa en Manizales. Los datos muestran que, a pesar de la proliferación de nuevas formas de comunicación, la radio tradicional mantiene un vínculo sólido con los oyentes locales, proporcionando información relevante y actualizaciones en tiempo real (Ayala 2012).* Este fenómeno resalta la capacidad de la radio para adaptarse y seguir siendo una fuente confiable de información, especialmente en comunidades donde los medios tradicionales todavía juegan un papel importante.

En este sentido, la UM FM, como una radio universitaria, juega un papel clave en la difusión cultural y educativa en la comunidad local. Al ofrecer un espacio para la expresión y la creatividad de los estudiantes, así desarrollando habilidades en la producción de contenidos. Esta también se destaca por su capacidad de adaptarse a los cambios en el entorno mediático, manteniendo su relevancia y atractivo en la comunidad.

### **Desafíos y oportunidades en la era digital para la radio universitaria**

La convergencia de medios y la revolución digital han llevado a una "radio morfosis", donde la radio se reinventa y adapta a los nuevos entornos tecnológicos y de consumo. Las emisoras universitarias deben enfrentar el reto de desarrollar competencias nuevas y adaptarse a los flujos de trabajo digitales para seguir siendo competitivas y relevantes. El cambio en el consumo de medios demanda una constante innovación en la programación y en la forma de interactuar con la

audiencia, asegurando que la radio universitaria pueda seguir desempeñando su papel fundamental en la educación y la cultura.

En este sentido, la UM FM se enfoca en fortalecer su presencia en línea, ofreciendo contenido exclusivo e interactuando con la audiencia a través de redes sociales y plataformas digitales. Así la UM FM puede llegar a una audiencia más amplia y diversa, y mantener su relevancia en la comunidad local. Además, la UM FM busca fomentar la participación ciudadana y la inclusión a través de su programación, lo que la convierte en un espacio único para la educación y la cultura en la región.

### **Valor educativo y cultural de los medios universitarios**

La emisora UMFm está siendo escuchada por la comunidad universitaria y la ciudad en general debido a su capacidad de ofrecer un contenido informativo relevante y accesible, adaptándose a las demandas y expectativas de una audiencia cada vez más informada y exigente.

La popularidad del programa "El Matutino" y otros formatos radiales se debe a su enfoque en la actualidad, la diversidad de temas tratados, y la calidad de su contenido, lo que permite a los oyentes mantenerse al tanto de eventos y actividades significativas. Además, la UMFm cumple su función social como medio universitario, educativo y alternativo al promover la difusión del conocimiento, fomentar el pensamiento crítico y contribuir al debate en un entorno académico.

Al adaptarse a las nuevas tendencias y utilizar herramientas de análisis de datos para entender mejor a su audiencia, UMFm no solo satisface las necesidades informativas de sus oyentes, sino que también fortalece su papel como un centro de excelencia en la producción y difusión de información.

Esto resalta su compromiso con la educación y la formación de una ciudadanía crítica, lo que valida su función social en el contexto universitario y comunitario.

### **Impacto de la investigación del observatorio de medios**

El Observatorio de Medios de la Universidad de Manizales ha demostrado ser una herramienta valiosa para el análisis y estudio de los medios de comunicación. La investigación realizada por este observatorio proporciona información clave sobre la aceptación y el impacto de los medios universitarios en la comunidad. Al realizar encuestas y análisis de contenido, el observatorio contribuye a una comprensión más completa de las necesidades y expectativas de la audiencia, permitiendo que los medios universitarios se adapten y mejoren continuamente sus ofertas.

Sin embargo, es fundamental que este siga analizando y evaluando los datos obtenidos a lo largo del tiempo, para trazar tendencias históricas y comprender como han cambiado las necesidades y expectativas de la audiencia. Esto permitirá a los medios universitarios tomar decisiones informadas y estratégicas para mejorar su programación y contenido. Los análisis retrospectivos son esenciales para identificar tendencias que pueden no ser evidentes en el momento presente y así también evaluar estrategias implementadas en el pasado.

### **UMFM 101.2 se mantiene dentro de las prácticas de consumo**

La escucha y sintonía de UMFM se mantiene dentro de las prácticas de consumo de las audiencias manizaleñas, lo que indica que la emisora ha logrado establecerse como un medio relevante y confiable en la comunidad. La continuidad en la sintonía refleja que los oyentes valoran la programación que aborda temas locales, culturales y educativos, adaptándose a sus intereses y necesidades informativas.

UMFM se ha integrado en la vida cotidiana de los manizaleños al ofrecer contenido que resuena con su realidad, fortaleciendo así su conexión con la audiencia. La interacción constante entre la emisora y los oyentes, a través de concursos, participación comunitaria y programas producidos por estudiantes, también ha contribuido a mantener su sintonía, creando un sentido de pertenencia y compromiso con la emisora.

Además, la capacidad de UMFM para adaptarse a las nuevas tecnologías y ofrecer contenido tanto en formatos tradicionales como digitales ha ampliado su alcance, permitiendo que más personas accedan a su programación desde diferentes plataformas. Esta flexibilidad asegura que UMFM no solo se mantiene en las prácticas de consumo actuales, sino que también sigue evolucionando para satisfacer las demandas de una audiencia en constante cambio.

## Referencias Bibliografía

Ana María Díaz Jordán<sup>1</sup>. (2016). *LA RADIO UNIVERSITARIA EN COLOMBIA COMO MEDIO DE INTERÉS PÚBLICO*.

file:///D:/Downloads/ojsadmin,+Gestor\_a+de+la+revista,+Las+radios+universitarias+en+Colombia.pdf

Ayala, W. R. Z. (2012). Radiografía de las emisoras universitarias colombianas. *Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones*, 28.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/15106/13184>

Cavallo, T., & Gaviria, G. (2014). *Radio universitaria: Trabajo en red como imperativo*. *EdMetic*, 3 (1), 131-154.

- Espada, A. (2018). Historia de la radio: De la tecnología al medio, el descubrimiento (Primera entrega). *Revista Fibra*. Obtenido de <http://papel.revistafibra.info/historia-la-radio-la-tecnologia-al-mediodescubrimiento-primera-entrega>.
- Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2).
- Hootsuite y We Are Social (Director). (2024). *Digital 2024: Colombia* [Estudios de audiencia].  
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-colombia>
- Marín, C. (2019). *Periodismo audiovisual: Información, entretenimiento y tecnologías multimedia*. Editorial Gedisa.
- Martins, N. P. M. (2008). *Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação*.
- Mendoza, I. (2013). Radio: Importancia y breve historia. *UTEL Editorial*, 10.
- MITIC 2022. (s. f.). [https://mintic.gov.co/portal/715/articles-238203\\_recurso\\_2.pdf](https://mintic.gov.co/portal/715/articles-238203_recurso_2.pdf)
- Observatorio de Medios. (2019). *Estudio de audiencia 2019- 2021- 2023* [Dataset].
- Observatorio de Medios. (2021). *Estudio de audiencia 2021* [Dataset].
- Observatorio de Medios. (2023). *Estudio de audiencia 2023* [Dataset].
- Osorio, C. N. N., & Gómez, Á. H. (2011). *Las radios universitarias. Trayectoria histórica y panorama mundial*. 12-24.
- Pedrero-Esteban, L. M., & García-Lastra, J.-M. (2019). La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica. *Tirant Humanidades*.
- Yaguana Romero, H. A. (2012). *El sistema radiofónico online en El Ecuador*.