

Una mirada a la plataforma digital de distribución de contenidos sonoros producidos por la Red de Radio Universitaria de Colombia RRUC

Carolina Hurtado Salazar

Yenny Yelena Arcila Vidal

Adriana María Ramírez Martínez

Resumen

Esta investigación tiene como fin evidenciar cuál es el uso que la Red de Radio Universitaria de Colombia - RRUC, le da a la distribución de los contenidos producidos por sus miembros, para ello, se realiza entrevistas con varios directores de emisoras a nivel nacional que participan en la RRUC.

Las indagaciones a los entrevistados coinciden en la importancia de una transformación significativa en cuanto a la producción de contenidos y distribución de los mismos en plataformas digitales.

La publicación de contenidos en plataformas digitales por parte de la Red, que tiene en principio propósitos asociativos, demuestra que hay un amplio potencial para la transformación digital, que les puede permitir un crecimiento desde este ámbito.

Palabras Clave: RRUC, Soundcloud, emisoras universitarias, contenidos sonoros, plataformas digitales.

1 Comunicadoras Sociales y Periodistas, candidatas a Especialistas de la Gerencia de la Comunicación Digital. Correos electrónicos: caro.hurtado23@hotmail.com
yennyarcilavidal@gmail.com aramirezmartinez@gmail.com

Abstract

The purpose of this research was to demonstrate the use that the University Radio Network of Colombia RRUC gives to the distribution of the contents produced by its members. For this purpose, interviews were carried out with several directors of radio stations at a national level who all participate in the RRUC.

The participants agreed on the importance of a significant transformation in terms of content production and distribution on digital platforms.

The little number of publication of content on digital platforms by Red, which in principle has associative purposes, has a wide potential for digital transformation, which can allow them to be empowered from this area.

Keywords: RRUC, Soundcloud, University Radio Stations, Sound Contents, Digital Platforms.

Introducción

En la actualidad se evidencia como una necesidad, el uso de plataformas digitales por parte de las organizaciones, ya que es el mejor canal para compartir contenidos y que lleguen a más público. La red de radios universitarias de Colombia - RRUC, se creó como un proyecto de comunicación participativa, con varias fuerzas estratégicas para lograr objetivos comunes y un interés general. (Gaviria, 2013)

La red, cuenta con 80 emisoras universitarias de 60 Instituciones de educación superior en 32 municipios de Colombia, que transmiten por señal analógica y digital. Con esta cobertura, es posible que los contenidos puedan ser escuchados en cualquier rincón del mundo o hagan tránsito por plataformas web.

En la Red de Radios Universitarias se encuentra contenidos que marcan diferencia a las de otras emisoras que tienen contenidos comerciales. Es una producción académica y busca resaltar la creación de conocimiento desde diferentes ámbitos como: el social, cultural, económico, entre otros, desde las instituciones de educación superior del país. Por esto la unificación de la identidad y supervivencia de la RRUC depende también de un lenguaje para que trascienda a la era digital.

Tiziana y Gaviria (2014) indican que “La creación de programas y la apertura de una carta de programación real y efectiva o la construcción de un equipo de trabajo ofrecen una oportunidad para que los distintos estamentos universitarios puedan compartir sus pensamientos y deseos”. (s.p)

Y es que adoptar herramientas digitales, se ha convertido en un plus innovador para las organizaciones pues permite motivar a diferentes audiencias a consumir los contenidos hechos desde la academia, que buscan formar e informar.

Para Gaviria, G (2014) “el trabajo en red, como sinónimo de colectivo y grupal puede contribuir a fortalecer la comunicación que avance por una misma senda”. (p.3)

Ya son más de 16 años de historia, permanencia y rendimiento de la RRUC, una oportunidad para caminar conforme a las nuevas audiencias y la era digital que está dominando el mundo.

Objetivo General: analizar la plataforma Soundcloud de distribución y publicación de los diferentes contenidos de la Red de Radio Universitaria de Colombia.

Objetivo Específico: estudiar las reacciones a los contenidos publicados en la plataforma Soundcloud.

Categorías de análisis

Es así como para este estudio, se estima revisar desde una plataforma digital de audio usada por la RRUC, (soundcloud), los usos, la radio universitaria y los tipos de contenidos de audio, como categorías de análisis, para a partir de las reacciones en las publicaciones de sus contenidos, mostrar la pertinencia de crear y distribuir sus productos sonoros en plataformas digitales.

Contextualización

La RRUC inició en el año 2003 con 16 radios universitarias, actualmente está integrada por 80 emisoras que cubren en audiencia a todo el territorio nacional. Su público está conformado por más de 1.250.000 oyentes, en su mayoría estudiantes de educación superior y profesionales, jóvenes y Adultos entre 17 y 55 años, ubicados en las

ciudades y regiones en donde emiten las emisoras de la red, divididas en 5 zonas geográficamente: zona norte, centro, occidente, oriente y sur occidente.

La RRUC busca el fortalecimiento de la misma y el intercambio de producción, contenidos y proyectos de investigación académicos que generan cultura a los ciudadanos y que aporten a la construcción de un mejor país, con capacidad de gestión al promover actividades y convenios que generen recursos en pro del desarrollo de sus objetivos con una definida función social de la radio universitaria.

Las emisoras educativas universitarias tienen a su cargo la transmisión de programas de interés cultural, sin ninguna finalidad de lucro, con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de 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 instituciones de educación superior, legalmente reconocidas y acreditadas institucionalmente por el Ministerio de Educación Nacional. Resolución Número 00415. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Colombia, 13 abril de 2010.

Periódicamente desarrollan encuentros con delegados de cada una de las emisoras vinculadas, con el propósito de compartir experiencias, actualizar información y analizar el cumplimiento de la labor de la red y el futuro de la misma. Incluyen capacitaciones a los asistentes con académicos especializados nacionales e internacionales para el fortalecimiento de sus colaboradores y de la Red. Estos encuentros se cumplen con el

apoyo de los ministerios de cultura, tecnología y educación que cuentan con delegados asistentes.

Cada encuentro se realiza en una universidad diferente y tiene un tema específico, el más reciente de manera presencial, fue el XVI en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN de Bogotá en octubre de 2019, y el tema fue: Industrias culturales, retos y oportunidades.

Justificación

La apuesta de generar y crear conocimiento desde y para la academia se convierte en una herramienta fundamental de la innovación y calidad, de allí la importancia del surgimiento de asociaciones que velen por la producción, permanencia y divulgación de contenidos, trascendiendo a la tecnología y la era digital.

Es importante saber el estado o la capacidad de respuesta de la red de radios universitarias ante una era tecnológica, para evitar que desaparezca en el tiempo o esté condenada a no explorar nuevas formas de reinención con la convergencia de medios.

En el estudio de caso se analiza el uso de las plataformas digitales para la distribución de contenidos radiales de la Red de Radio Universitaria de Colombia, se cuestiona puntualmente ¿Cuál es el uso que la RRUC le da a la plataforma Soundcloud en cuanto a la distribución de sus contenidos y producciones?, basados en el tema de la red y su transformación.

Metas

Se busca aportar conocimiento para que la red acoja nuevas formas de renovarse, y así se garantice la sostenibilidad de la asociación en el tiempo dónde empieza a primar nuevas formas de trabajar, crear y producir por la tecnología, adaptarse al cambio puede resultar la mejor solución frente a la crisis que hoy puede tener la red, ya que se evidencia un crecimiento exponencial de los integrantes y con ello los retos cada día son mayores.

Así mismo se pretende motivar o persuadir a la RRUC, de la importancia de tomar acciones para que la teoría o las investigaciones no se queden en un papel y tomen relevancia o trascendencia en la realidad aplicando formatos o repositorios de contenidos, distribución de los mismos, con una diversidad investigativa, cultural, originada desde las regiones.

Marco conceptual

Los medios de comunicación se convierten en un elemento indispensable para la sociedad como una fuente de información veraz, confiable y que dinamiza ciertas situaciones con aportes culturales y académicos, para la RRUC este es un factor diferencial en su producción de contenidos. Teniendo en cuenta las transformaciones de las audiencias que han pasado a ser prosumidores, es decir, los consumidores de contenidos cada vez buscan tener mayor participación y contacto con aquel que está detrás de un micrófono o cabina. Por esta razón es muy valioso que la comunidad encuentre en la Red de Radios Universitarias de Colombia un espacio de interacción,

conocimiento y aprendizaje constante que contribuya a un aporte social en las personas y motive a nivel país y mundial la reproducción y expansión de los contenidos.

Las emisoras educativas universitarias tienen a su cargo la transmisión de programas de interés cultural, sin ninguna finalidad de lucro, con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de 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 instituciones de educación superior, legalmente reconocidas y acreditadas institucionalmente por el Ministerio de Educación Nacional. (MINTIC, 2010, s.p)

La RRUC necesita fortalecerse a través de las tecnologías digitales que puedan darle un valor agregado a sus contenidos, por ello esta investigación se basa en el estudio de la plataforma digital de audios de podcast utilizada por la red como repositorio y expansión de sus contenidos, de esta manera, identificando inicialmente la transformación que la red ha tenido en la era digital, su aplicación, funcionamiento, actitud y disposición al cambio, teniendo en cuenta la adaptación a las tecnologías, su uso, frecuencia, tipos de contenidos y los lineamientos que se desarrollan.

Se entiende podcasting como una innovación que surge tras la fusión de dos tecnologías ya implantadas como son el audio digital y el RSS. Esta unión permite la distribución y la recepción automatizada de archivos de audio comprimido tras una suscripción por parte del usuario a través de un agregador -software o web-

que facilita la actualización y descarga. Una vez recibido, este archivo puede ser producido tanto en equipos estables como en reproductores portátiles o teléfonos móviles. (Gallego, 2010, p.14)

SoundCloud tiene sus orígenes en un proyecto de los suecos Alexander Ljung y Eric Wahlforss. La plataforma se lanzó oficialmente en el año 2007 como un servicio de música en la nube que permite a los usuarios subir sus propios archivos de audio, sin embargo muchas personas lo han utilizado como una plataforma dónde almacenar podcasts o entrevistas.

SoundCloud ofrece la posibilidad de subir hasta 180 minutos de audio a cada usuario registrado. Además, todos los usuarios pueden escuchar sin límites todos los archivos de música y sonido. En el año 2013 la plataforma alcanzó los 40 millones de cibernautas registrados, fue uno de sus periodos de mayor éxito y crecimiento.

Schmitz (2015) afirma que “las estaciones de radio tradicionales aprovechan el potencial de la plataforma SoundCloud para difundir su programa, una vez transmitidos al aire. Los programas son subidos en línea y quedan a disposición del oyente para su descarga o promoción” (p.10).

Desde el punto de vista histórico de la radio, siendo esta una de las formas más antiguas de comunicación y de mayor penetración en el mundo, ha tenido que asumir grandes e importantes desafíos para su sostenimiento y transformación: uno fue con la llegada de la prensa y otro con la televisión. Aun bajo el augurio de desaparición de varios autores, la radio siempre ha buscado su sostenimiento y adaptación a nuevas

transformaciones que hoy ya exige un mundo globalizado, sin afectar su columna vertebral, el sonido.

Esta transformación de la radio, no solo se lee desde un punto de vista técnico, sino que se basa en una variedad de contenidos diferenciadores pensando en el oyente como un usuario en libertad que busca innovación de contenidos y servicios. Herreros (2018) dice que “No se trata tanto de radio por internet sino de una información sonora acompañada de otros elementos paralelos escritos y visuales con capacidad de enlaces, de navegación de ruptura del sincronismo para dejar en libertad al usuario temporal y espacialmente para que acuda cuando quiera. La radio por internet es otra cosa diferente a la radio” (p.21).

En la interactividad un usuario puede buscar contenidos diferenciales y atractivos, pero en cualquier momento y desde cualquier lugar, completos o por partes según su preferencia o interés, en una radio gratuita o por pago si el usuario considera que el valor de lo que escucha lo amerita, para lo que es importante la identificación de plataformas digitales con contenidos diferenciadores.

Ahora bien, una producción diferenciadora la contienen las radios universitarias y las fortalece su estructura en red, todos tienen acceso a la información de los demás, su principal factor diferenciador es la investigación que se genera en las instituciones, además de un trabajo colaborativo que se nutre desde diferentes regiones y culturas con el cubrimiento que tiene la red en el país. En su labor de servicio puede diseñar propuestas comunicativas diferentes y especializadas para diversos públicos.

Para el caso, La Red de Radio Universitaria de Colombia (RRUC), tiene como alternativa la sostenibilidad con el auge de las TIC, plataformas digitales de distribución y repositorio de sus contenidos, descargas a la carta, la identidad única como radio universitaria, más dinamismo con contenidos exclusivos apoyados en la investigación docente con la que cuentan, más unidad y cooperación. Fortalecer la incidencia que tienen las 80 radios en todo el país manejando un mismo tema de interés social y nacional buscando una formación ciudadana. Promover y difundir diversas culturas de todas las regiones con presencia de la red que motiven a un cambio social y sustancial en el país.

En esta investigación se cuestiona si la red cuenta con una plataforma digital de distribución de sus contenidos que contribuyan a su potencialización. Las TIC han modificado el proceso radiofónico: los formatos, las formas de producción, de acceso y consumo, planteando así nuevas exigencias, donde se creen formatos novedosos y de calidad.

La llegada de los medios digitales y el desarrollo de las tecnologías de la información, ha permitido que las radios universitarias busquen una adaptación global y multimedial. Pérez (2016) dice que “El acceso a la tecnología facilita y mejora las condiciones de producción y democratiza el escenario, las emisoras universitarias están cada vez más reconocidas tanto por su modelo de consolidación como modelo de información y de comunicación” (p.10).

Gracias a las tecnologías de la información, la radio universitaria ha ampliado su despliegue en los últimos años, creando así un nuevo contexto tecnológico permitiendo de esta manera la emisión de contenidos creativos, participativos y colaborativos. El

material emitido desde la web ha permitido que los oyentes cuentan con acceso activo y permanente de la información, la radio universitaria es hoy un medio que se apoya en red o la telefonía móvil: blogs, foros, encuentros, redes sociales, etc.

Para el caso específico de la radio universitaria, este nuevo modelo de radiofonía permite construir y afianzar el propósito colectivo, participativo y académico sobre el cual están basadas todas las radios universitarias de Colombia y a su vez, la RRUC. Así entonces, ha permitido que la audiencia universitaria tenga un contacto directo e influya en el funcionamiento de dichas emisoras tanto administrativa como funcionalmente.

La radio transformada o reinventada en un nuevo medio y denominada ahora radio on line, radio en línea, ciberradio, radio por internet, esto gracias a la digitalización de la información, la transmisión de sus contenidos por internet y la interacción de los productores con las audiencias, de las audiencias con los productores y de las audiencias entre sí, se convirtió en un activo común para sus públicos. Con la aparición de la radio en las páginas web, a las cuales se denominó webcast, se comenzó a incrementar el número de emisoras de todo tipo, a lo que siguió la creación de otros recursos tecnológicos, entre ellos el podcasts o archivo digital de audio, que almacena una extensa oferta de información por demanda y rompió los límites espacio- temporales, al permitir descargar y escuchar los contenidos, sin que coincida el tiempo de producción y emisión con el de recepción. (Forero y Céspedes, 2018, p. 24-25)

Teniendo en cuenta lo anterior, y resaltando que las plataformas digitales existen y se encuentran disponibles al alcance de la mayoría de personas del mundo que cuentan con acceso a internet o con un teléfono móvil a la mano, estos soportes digitales pueden variar de entre las más conocidas y básicas para emitir video y sonido en vivo como Facebook e Instagram hasta las más complejas que están específicamente diseñadas para productos radiofónicos o sonoros como Soundcloud, Ivoox, Spotify, entre otras, y que constituyen todo un universo sonoro y virtual.

Por otro lado, aterrizando esa información a Colombia también es necesario reconocer que no todas las emisoras radiales del país y mucho menos las que conforman la RRUC tienen una presencia digital con el fin de satisfacer a una audiencia en línea, es decir, con productos solamente pensados para el “Streaming” y esto se debe a que, probablemente, no se esté viendo a la virtualidad como un lugar para hacer radio sino como un medio para publicitar la producción radial académica y a su vez contrariando todo el sentido del nuevo modelo de la radio con una resistencia al cambio de producción y transmisión radial desde las universidades y desde el modelo pedagógico de producción radial.

Aunque también debe tenerse en cuenta que esta resistencia está fundamentada en que el proceso histórico de transformación de la radio a la virtualidad es relativamente corto y nuevo frente a las prácticas y modelo tradicional de transmisión radiofónica que funcionó desde principios del siglo XX hasta finales del mismo.

Se suma un nuevo concepto clave alrededor de la radio digital y la radio universitaria: la globalización. Como se afirmó, es absolutamente necesario entender que

el alcance de las audiencias mediado por la inmediatez y la capacidad de acceder al contenido sin problema alguno desde cualquier espacio geográfico es un suceso de magnitudes mayores para la radiofonía, porque a diferencia de los ya malos augurios frente a otros medios como la prensa escrita, se afirmó por mucho tiempo que la radio no tendría futuro alguno frente a la virtualidad y en realidad, la radio está más viva que nunca justamente gracias al internet y al universo virtual porque ahora la masificación de la radio es una realidad tanto para profesionales como para aficionados y eso en gran medida es parte y a su vez construye el concepto de globalización.

Al respecto Forero y Céspedes (2018) en “LA RADIO, la recepción, las audiencias, los hábitos de consumo y la producción de contenidos” afirman:

Hasta el momento en que aparecieron las radios por Internet, los contenidos de las emisoras de antena, análogas o convencionales, se caracterizaban por la cercanía geográfica con el oyente; con la aparición de las ciberradios, también se rompieron las barreras geográficas y, con ello, el carácter de proximidad pasó a ser de carácter temático de acuerdo con el gusto y el interés de las audiencias, sin importar el lugar de producción y emisión de tales contenidos. En este universo se pueden encontrar desde emisoras estructuradas que trabajan con total profesionalismo, hasta emisoras empíricas personalizadas por temas, géneros musicales y todo tipo de tendencias posmodernas; es decir, todo el que tiene el interés de hacer radio, puede hacer su propia estación on line. (Forero y Céspedes, 2018, p. 48)

Y desde este punto también es válido entender que la posición de las radios universitarias, tienen otro margen de acción a su beneficio, si este concepto de globalización a través de la radio digital se llegase a utilizar en la misma medida que quizás lo saben emplear las radios comerciales actualmente, entendiendo el modelo con plenitud y buscando la masificación a través del estudio específico de lo que quieren y necesitan oír las audiencias sobre un tema en específico del posible uso de la globalización y de la radio digital a favor de objetivos sociales como los que persiguen las radios universitarias, Valencia (2008) en el artículo “La radio digital: ¿Una demanda social o un nuevo escenario de las pugnas del capitalismo globalizado?” dice:

El desarrollo de los movimientos sociales locales y su interés por los escenarios estratégicos mediáticos ha posibilitado el alcance de logros importantes en el ámbito de emisoras y canales de televisión comunitarios. La consolidación de los sistemas educativos y su interés en la comunicación ha propiciado la creación de medios alternativos. En algunos de nuestros países, la comunicación pública está renaciendo y tratando de convertirse en una opción más allá de las ofertas del mercado. Estos actores no tienen todavía el capital político o social suficiente para enfrentar con éxito las presiones de los grandes bloques económicos globales y sus representantes locales, pero su creciente legitimidad y acogida social pueden inducir debates y contribuir a que las decisiones sobre la tecnología de transmisión radial digital sean tomadas de manera más abierta y democrática. (Valencia, J, 2008, p.117)

Marco metodológico

Como método para indagar sobre la pregunta en cuestión, se procede a través de las entrevistas semiestructuradas a varios miembros de la red, entre ellos, directivos y participantes activos, así como la exploración de las cuentas de la RRUC en la plataforma de Soundcloud, donde se busca encontrar información detallada del manejo y distribución que le dan a los contenidos producidos por la Red.

Las fuentes seleccionadas fueron: al Presidente de la Red Daniel Alejandro Agrino, el Secretario Fernando Rivera y a cuatro participantes de diferentes emisoras; Paula Andrea Redón directora de la Emisora de la Universidad Católica de Pereira, María Alejandra Lopera, Coordinadora de la Emisora Web Acústica de la Eafit; Nestor Adolfo Ballesteros, director emisora Uniminuto Radio 1430 am; Héctor Ariel Castro Villa, operador y programador de la emisora Radio Cóndor, Universidad Autónoma de Manizales, con quienes se abarca desde diferentes perspectivas y visiones de cómo ha sido la participación y contribución en cuanto a la distribución de contenidos.

Como procedimiento para las entrevistas, se utiliza tres mecanismos, uno presencial, vía telefónica y por correo electrónico, teniendo en cuenta las distancias, tiempo y espacio de cada uno.

Se busca la existencia en Internet de cuentas oficiales de la RRUC en la plataforma soundcloud, que dio como resultado la vigencia de dos cuentas abiertas: <https://soundcloud.com/rruc> y <https://soundcloud.com/rruc2> en las que se realiza un análisis cualitativo de sus contenidos y reacciones.

Obtenidas las respuestas, se utiliza como procedimientos de sistematización e interpretación un análisis cualitativo a las respuestas de las preguntas abiertas.

Hallazgos

En dialogo con el Presidente y el Secretario de la RRUC Daniel Alejandro Agrino y Fernando Rivera, respectivamente, afirman que aunque la red está estructurada como de buenas voluntades, donde agrupan diferentes radios análogas y digitales, la red directamente no cuenta con un espacio propio de distribución en ninguna plataforma, es cada emisora quien a su bien y parecer utilizan diferentes canales para compartir sus propios contenidos.

“Encontramos diferentes emisoras las cuales cuentan con plataformas como: Spotify, Ivox y diferentes plataformas en la nube donde sí distribuyen los contenidos sonoros o los diferentes programas de la RRUC” indicó el Presidente de la RRUC.

Adicional Agrino menciona que “En las diferentes redes tienen productores, Community Manager, administradores web. La RRUC no tiene un espacio único desde plataformas digitales entonces contamos con un Secretario General”.

Según explica el secretario, Fernando Rivera, “la plataforma soundcloud se dejó de utilizar porque comenzaron a cobrar los contenidos, además aclara que la Red es una agremiación y no una radio, por lo que no comparte contenidos con la audiencia a través de Soundcloud”.

En cuanto a los participantes activos, se evidencia que la producción hacia la RRUC se desarrolla solo en fechas especiales o eventos colaborativos programados por la misma red, no hay una periodicidad específica de contenidos.

Tres de los entrevistados manifiestan que alguna vez han producido contenidos para la Red de Radio Universitaria de Colombia RRUC. Sólo uno de los entrevistados indica que no lo han hecho, aduciendo falta de personal para desarrollar contenidos.

De los que alguna vez han enviado contenido, lo han hecho de una forma esporádica, sobre cumpleaños o encuentros de la red, como eventos especiales y muy poco para informativos o contenidos fijos.

De los entrevistados, dos manifiestan haberse enterado de que su contenido fue subido por la RRUC en plataformas digitales, haciendo referencia a redes sociales.

Los cuatro entrevistados están de acuerdo en que es importante que los contenidos producidos por los miembros de la RRUC se publiquen en plataformas digitales virtuales.

Los entrevistados indican que les gustaría que los contenidos fueran compartidos en su mayoría como Podcast, seguido por trabajos de investigación, académicos y musicales. Poco de entrevistas y reportajes.

Los entrevistados aseguran que esos contenidos deberían ser publicados en plataformas como Soundcloud, Ivoox y redes sociales, seguido por Speaker y Spotify. También señalan iTunes, Tunein y página web en menor proporción.

Todos los entrevistados están de acuerdo con el uso de plataformas digitales para publicar los contenidos desarrollados por la RRUC.

Los entrevistados prefieren Página Web e Ivoox para publicar sus contenidos, seguido por redes sociales, Youtube y Speaker. En esta oportunidad no hacen referencia a Socuncloud como se propone en la pregunta de investigación.

De acuerdo con los entrevistados, sobre la adaptación que han tenido las emisoras universitarias a las plataformas digitales, piensan que ha sido una adaptación positiva, incluso varias de las emisoras que hacen parte de la Red de Radio Universitaria de Colombia nacieron en la virtualidad y otras son operadas y producidas por los jóvenes de las diferentes universidades, lo que brinda más agilidad y conocimiento en la era digital. Los participantes destacan la importancia de hacer parte de las plataformas digitales como progreso y desarrollo de las emisoras universitarias, evidenciando desde ventajas económicas, hasta profesionales.

Por otro lado, pese a que los directivos de la RRUC indican que no manejan cuentas e información a través de la plataforma Soundcloud, se encuentran dos cuentas diferentes con contenidos oficiales producidos por la Red, alojadas en:

<https://soundcloud.com/rruc>

<https://soundcloud.com/rruc2>

<https://soundcloud.com/rruc>: En este sitio están alojadas 12 pistas de audio, tienen 195 seguidores y su más reciente publicación fue hace un año. Hasta el momento de la indagación, la RRUC no ha repostado ninguna pista ni ha creado ningún álbum.

En los últimos tres años, la RRUC en Soundcloud ha publicado 37 Listas, sin embargo solo una de ellas cuenta con 5 pistas que se pueden escuchar.

Las doce pistas publicadas tienen una duración variada desde 20 segundos hasta una hora, según la temática.

La pista con más reproducciones es: RRUC DIA MUNDIAL RADIO, cuenta con 277 reproducciones y un me gusta.

Seguido de la pista: WCRD RRUC Colombia, con 142 reproducciones y un repostado.

Continúa la pista: RRUC Música para Todos, con 131 reproducciones y dos me gusta

Las pistas son cuñas, promos, jingles, programas, y conmemoraciones.

<https://soundcloud.com/rruc2>: Esta plataforma de audio cuenta con 5 seguidores y 18 pistas, su más reciente publicación fue hace un mes.

En los últimos dos años han publicado dos pistas:

RRUC2 La Rebaja: Con tres pistas

RRUC2 Clips Fundación 2018: Con cuatro pistas

Los tiempos de las pistas oscilan entre 57 minutos y 3 minutos.

La pista con más reproducciones es: RRUC2 FUNPLAN Angie Tapia - Cartagena

Las interacciones en la plataforma son mínimas, solo me gusta.

Los contenidos de Podcast son: Documentales, cuñas, promos, saludos, programas de cambio climático, culturales y musicales.

Las nuevas formas de comunicación digital interactiva han generado más fragmentación de las audiencias, éstas ya no están consumiendo información a través de un solo canal y de una misma forma, sino a través de diferentes escenarios y miles de contenidos generados por la transmedia, para Scolari, C (2013) “En menos de diez años estas nuevas formas de relato han abandonado las discusiones académicas para posicionarse en el centro de las estrategias de desarrollo de la industria cultural. El transmedia storytelling propone una experiencia común que abarca diferentes medios y dispositivos, todos ellos unidos por un hilo narrativo”. (p.72). Es por ello que la Red de Radio Universitaria puede ampliar su espectro pensando en abarcar nuevas formas de comunicar aprovechando su potencial de red logrando consolidar su misión de propender por el fortalecimiento, el desarrollo y la integración de las emisoras que forman parte de la red, así como de la interlocución con sus diferentes públicos.

Si uno de los objetivos planteados por la RRUC el de “Difundir las actividades de la red y que desarrollen sus miembros, y promover actividades y/o convenios que generen

recursos en pro del desarrollo de los objetivos de la red”, es posible sugerir su incursión en otro tipo de relatos y narrativa transmedia que pueda ser compartido a través de múltiples medios y plataformas digitales como una nueva forma de comunicar. Para Scolari (2013) existe un universo cultural transmedia, “las experiencias transmedia no se limitan a las narrativas de ficción y de no ficción: también las encontramos en otros ámbitos de la cultura, como el teatro o la música. ¿Cómo entra el teatro en las narrativas transmedia? Por ejemplo, puede sumarse a la red de medios”. (p.77)

Ahora bien, la red cuenta con un cubrimiento nacional de más de un millón de oyentes, estudiantes de educación superior y profesionales, de edades entre los 17 y 55 años, ubicados en las ciudades y regiones donde emiten las emisoras de la RRUC, pero no se está cuantificando a los usuarios que llegan de manera digital provenientes de un mundo globalizado, dándole un valor agregado en audiencia y porque no, monetariamente a red que puede ser alcanzado con la creación de contenidos transmedia publicados en diversas plataformas digitales. Como explica Scolari (2013) en sus apuntes de cara al futuro “el adjetivo transmedia se ha convertido en el condimento ideal de todo tipo de actividad cultural o comunicativa. Es así que estos últimos años no resulta extraño escuchar a colegas hablando de branding transmedia, educación transmedia, política transmedia. El concepto de transmedia está de moda. (p.78)

La interactividad entre el emisor y el receptor se interrelacionan directamente, el usuario tiene la capacidad de decidir sobre la información que quiere recibir, lo permite la tecnología en un mundo globalizado y depende de los canales y el flujo de información que se produzca contar con mayor interactividad o usuarios conectados.

Existen factores importantes y necesarios para tomar en cuenta en favorecer la participación activa y crítica en la construcción de interactividad: el grado de elaboración de contenidos que permite el menú de opciones interactivas disponibles en el medio, el grado de trascendencia pública o potencial visibilidad que puedan tener los contenidos aportados, la integración de los contenidos proporcionados y el rol del lector en el medio (Rost 2006).

De acuerdo con los hallazgos, también se puede evidenciar que la RRUC no cuenta con la capacidad humana y económica de delegar en alguien la responsabilidad en el área digital que pueda impulsar los contenidos producidos por los participantes activos. Sería el secretario general quien desde su rol pueda implementar estrategias encaminadas a darle más importancia a la distribución y publicación de sus contenidos, interactividad, transmedia y todo lo demás que ahora demanda un mundo globalizado.

Y aunque no es parte de la misión de la RRUC el mundo digital, adaptarse es la clave para que un proyecto tenga futuro, la transmedia le podría facilitar a los usuarios de la red navegar por otros formatos que permitan tener una mayor acogida en audiencia. La tecnología está obligando a las organizaciones a tener cambios en pro de un mejor servicio y experiencia.

“Desde una perspectiva industrial, a las empresas tradicionales de comunicación les cuesta mucho abrirse a las producciones transmedia; podría decirse que son empresas monotemáticas. Respecto a los grandes grupos multimedia, aparentemente tienen todas las condiciones para crear obras transmedia (existen grupos que incluyen estudios de televisión, editoras de libros, etc.), pero a menudo les resulta muy complicado articular

las diferentes unidades productivas, las cuales siguen funcionando de manera autónoma.” (Scolari, 2013).

Pese a que los directivos manifiestan que no producen contenidos porque son una agremiación, se considera que con todo el capital humano con el que cuenta la red en el país se puede implementar acciones para su crecimiento y fortalecimiento en plataformas digitales con contenidos transmedia, adicional a las capacitaciones y acuerdos de voluntades que tienen actualmente.

Como se evidencia, existen dos cuentas abiertas de la RRUC en la plataforma Soundcloud, que les dejaron de dar uso, según el secretario por costos. Puntualmente la plataforma si cuenta con un límite de publicaciones que puede restringir su uso a diferencia de otras. Sin embargo, dentro de lo que se permita, es importante alimentar este tipo de canales que ya cuentan con un nicho establecido, como es el caso de www.soundcloud.com/rruc con cerca de 200 seguidores, con el fin de no descuidar la audiencia construida y por el contrario crecer en este tipo de plataformas.

En cuanto a las reacciones analizadas en ambas cuentas, se encontró que fueron más las interacciones a eventos promocionales (puntualmente el de RRUC Día Mundial de la Radio).

Además la audiencia puede percibir un desinterés con las cuentas abandonadas, al no haber constancia o periodicidad en los contenidos y actualizaciones, esto podría generar un mal mensaje.

El darle un impulso a los temas digitales desde la RRUC, lo corroboran los asociados de las emisoras afiliadas, en su mayoría indican que tienen la capacidad de producir contenidos y que estos deberían ser publicados por la red en plataformas digitales, contenidos como podcast de tipo educativo, reportajes, investigativos, académicos y musicales. Desde su conocimiento prefieren Soundcloud, Ivoox y redes sociales, pues para ellos, el uso de las plataformas es útil para los usuarios offline que consultan contenidos en la nube sin importar el momento, hora y lugar, expandiendo de esta manera, los contenidos.

En un mundo hiperconectado los oyentes offline tienen mayor relevancia, y ahora hay que pensar en abarcar todo tipo de usuario generando mecanismos para cautivarnos, esto se puede hacer generando contenidos de interés y que estén disponibles en las plataformas, aunque algunas emisoras lo hacen, pensamos que esta estrategia puede potencializar la imagen y futuras alianzas de la RRUC.

Hay que dar una mirada al potencial con el que se cuenta dentro de la emisoras afiliadas a la RRUC que pueden potencializar los contenidos y la distribución de los mismos, desde la docencia para temas investigativos, académicos, educativos y culturales que contribuyen a la formación de quienes los consultan; hasta los jóvenes estudiantes que inquietamente son activos en las plataformas digitales y se vinculan como aliados estratégicos.

La RRUC cuenta con múltiples factores a favor y es la capacidad de producir diferentes contenidos desde la diversidad cultural teniendo en cuenta que sus

participantes están ubicados en todas las regiones que abarcan tradiciones, lenguas y costumbres propias y que aportan al conocimiento a las demás zonas del país.

Las audiencias se han transformado y ya el contacto, no es solamente por teléfono, correo electrónico o escribiendo y enviando cartas, sino que se ha avanzado a tener ese contacto a través de las redes sociales y plataformas, con descargas de contenidos de su preferencia en cualquier momento y desde cualquier canal.

Para este caso se enfoca en la plataforma Soundcloud, pero es importante escuchar a la audiencia e identificar sus preferencias, en cuanto a contenidos y distribución, es ampliar la visión más allá de ver a la Red, sólo como una agremiación.

Conclusiones

La RRUC debe conectarse conservando su integridad y formato de red a la era digital, internet abre otro escenario para la radio, donde se experimentan otros formatos, permitiéndole al oyente nuevas experiencias, generando así un concepto de la radio donde, como afirma Herreros (2009) “se ve, se escucha, se interviene por escrito y oralmente, se participa, se chatea” (p.1). Es en este sentido donde se propone, más que mirar el soporte técnico, es darle valor y definición al concepto de lo que significa ahora la radio digital. Su proyección y cuál sería un propósito viable, desde esta perspectiva, para la RRUC (Herreros, 2009).

Existe un número amplio de problemas que ha tenido que enfrentar la radio universitaria para su desarrollo. Algunos de los más actuales son, el fuerte proceso de

expansión de los medios en la región, la aparición de proveedores externos satelitales, la carencia de políticas, la falta de presupuesto, la necesidad de comercializar en ambientes con oferta saturada, la globalización de la radio y su segmentación. Gaviria (2008).

Después de analizar la información entregada por las fuentes consultadas, y los temas teóricos, se puede determinar que la Red de Radio Universitaria de Colombia no le otorga un uso adecuado a la distribución de contenidos y producciones en la plataforma Soundcloud, aunado a que la RRUC no cuenta con el capital humano y económico para potencializarse a través de plataformas digitales.

Se identificó que no existe un área o departamento dentro de la agremiación que se dedique específicamente a la coordinación del tema digital, incluso La RRUC cuenta con dos cuentas en la plataforma Soundcloud, sitios en donde no se publican periódicamente contenidos y no hay interacciones por parte de las audiencias.

No se aprovecha el potencial de capital humano que conforma la RRUC en cada una de las universidades y zonas del país, ejemplo: docentes y estudiantes.

Las entrevistas e indagaciones llevaron a concluir que los integrantes de la RRUC coinciden en que se debe crear más contenidos para que sean publicados en plataformas digitales y redes sociales, además La red debe estar a la vanguardia de las audiencias que ahora están hiperconectadas y también son offline.

Es importante hacer seguimiento y análisis a la interacción de los usuarios en la plataforma Soundcloud y la reacción de los usuarios a los contenidos es mínima.

Se debe aprovechar el capital humano en docentes, e investigadores para generar contenidos de valor, emplear a los practicantes de las universidades para que desde sus conocimientos se vinculen, y contribuyan en el manejo digital de la red.

Se evidencia la necesidad de que la RRUC aproveche la riqueza digital que hay en la actualidad para visibilizar su agremiación y contenidos; es de vital importancia generar estrategias y tácticas como la creación de convenios público - privado para que la red sea sostenible en el tiempo y en lo digital, finalmente que la Red no sea solo denominada como una agremiación si no que debe ir más allá en cuanto a contenidos.

Finalmente deberán valorarse los esfuerzos de la radio para sobrevivir y encajar en el modelo de virtualidad que permea a la vida moderna pero especialmente atender a la transformación de la radio universitaria hacia estos nuevos territorios virtuales, hacia la masificación de sus contenidos académicos y a la vez hacia el sostenimiento y difusión global de su presencia como actor principal dentro de la producción sonora a través de distintas redes de acción. Esto es, en el caso local de una red social humana como la RRUC o en el global; la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe, RRULAC, o La Red Internacional de Radios Universitarias (RIU) de la cual hace parte la RRUC y otras redes de radios universitarias de distintos países como México, Argentina, Uruguay, España, Italia, entre otras.

Referencias bibliográficas

Forero, J. Céspedes, F. (2018) La radio: la recepción, las audiencias, los hábitos de consumo y la producción de contenidos. Manizales, Caldas. Centro Editorial Universidad Católica de Manizales. http://www.ucm.edu.co/wp-content/uploads/2018/10/la_radio.pdf

Gallego, J.I. (2010). Podcasting. Estados Unidos. Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros. Advisory Board.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3y3B3ziFqxQC&oi=fnd&pg=PA231&dq=PLATAFORMAS+PARA+CONTENIDOS+DE+AUDIO&ots=Kwi-PZMZ7y&sig=apd608W773CWeC0F8DYEFgduXXg#v=onepage&q=PLATAFORMAS%20PARA%20CONTENIDOS%20DE%20AUDIO&f=false>.

Gaviria, G. (2008). La Radio universitaria en Colombia. Bogotá.

https://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio_universitaria_en_Colombia_-_G_Gaviria.pdf

Herreros, M. (2018). La radio en la convergencia multimedia. Barcelona, España. Gedisa editorial.

<https://books.google.es/books?id=HtpgDwAAQBAJ&lpg=PA4&ots=1fzs6dUDtC&dq=%22Mariano%20Cebrian%20Herreros%22&lr&hl=es&pg=PA5#v=onepage&q=%22Mariano%20Cebrian%20Herreros%22&f=false>

Ministerio de Educación Nacional. (2010). Fines del Servicio, Resolución Número 00415.

Bogotá. Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones.

https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3797_documento.pdf

Pérez, X. (2016). Perspectivas y prospectivas de la radio universitaria en la era digital. España.

La Laguna Tenerife. Latina. <http://www.cuadernosartesanos.org/2016/cac113.pdf>

Red de Radio Universitaria de Colombia. (s.f). Quienes somos, Emisoras. Bogotá, Colombia.

Red de Radio Universitaria de Colombia. <http://www.radiouniversitaria.org/web/>

Rost, A. 2006. La interactividad en el periódico digital. Barcelona, España.

https://www.researchgate.net/publication/235990525_La_interactividad_en_el_periodico_digital

Schmitz, P. (2015). SoundCloud: sus posibilidades y limitaciones como una plataforma de distribución de podcast educativos. San José, Costa Rica. Revista de Educación a Distancia.

<https://revistas.um.es/red/article/download/378031/272911/>

Scolari, C. 2013. Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital.

Barcelona, España.

https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Tranmedia_CScolari.pdf

Tiziana, C. Gaviria, G. (2014). Radio universitaria: trabajo en red como imperativo. Barcelona, España. Edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC.

<https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/edmetic/article/view/2884>

Valencia, J. (2008). La radio digital: ¿Una demanda social o un nuevo escenario de las pugnas del capitalismo globalizado?. Signo Y Pensamiento. Bogotá, Colombia.

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3719>