

El estudiante en la estructura productiva de la radio universitaria colombiana

José Augusto Ventín Sánchez¹

Recibido: 27 de junio de 2018 / Aceptado: 3 de diciembre de 2018

Resumen. La radio universitaria es un medio de comunicación que ha ido conformando su identidad desde 1915 (Faus, 1973; Miller, 2007), a partir de las necesidades sociales y de las funciones de las instituciones universitarias (Ventín, 2018). Hoy, referirse a la radio universitaria, es entenderla desde sus diferentes finalidades: la divulgación del conocimiento, la extensión y la formación de los estudiantes. Como cualquier medio de comunicación, con mayor o menor grado de organización, tiene una estructura productiva conformada por, entre otros, estudiantes. Pero, ¿los estudiantes tienen el mismo peso en cada una de las tipologías de radios universitarias?, ¿cumplen el mismo rol? ¿existen diferencias en los perfiles productivos y en los procesos de toma de decisión? Con el presente informe resultado de investigación se pretende exponer el papel que cumplen los estudiantes en cada una de las finalidades de las radios universitarias, con el objetivo de determinar su peso y su valor como parte de sus estructuras, de manera que estos medios puedan comprender el tipo de vinculación que mantienen para potencializar su perfil como integrantes de estos medios. Partiendo de una investigación descriptiva de metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, y de enfoque correlacional, el presente artículo se ha estructurado en cuatro partes: una primera en la que se desarrolla el concepto de radio universitaria, con el fin de tipificar este medio de comunicación a partir de sus funciones fruto de la interrelación medio y universidad. Una segunda en la que se expone la metodología llevada a cabo. Una tercera en la que se expone el rol del estudiante desde dos componentes: su peso en la estructura productiva y sus dinámicas de producción. Y una final, las conclusiones, en la que se concreta el papel del estudiante y se correlaciona su rol con cada una de las tipologías de radio universitaria.

Palabras clave: Radio universitaria; participación de estudiantes en radios universitarias; tipología de radios universitarias.

[en] The student in the productive structure of Colombian university radio

Abstract. University radio is a means of communication that has been shaping its identity since 1915 (Faus, 1973, Miller, 2007), based on social needs and the functions of university institutions (Ventín, 2018). Today, to refer to the university radio, is to understand it from its different purposes: the dissemination of knowledge, extension and training of students. Like any media, with a greater or lesser degree of organization, it has a productive structure made up of, among others, students. But do students have the same weight in each of the types of university radio stations? Do they fulfill the same role? Are there differences in the productive profiles and in the decision-making processes? With the present report research result is intended to expose the role played by students in each of the purposes of university radios, with the aim of determining their weight and value as part of their

¹ Universidad de la Sabana (Colombia)
E-mail: jose.ventin@unisabana.edu.co

structures, so that these media can understand the type of link they maintain to enhance their profile as members of these media. Starting from a descriptive investigation of mixed, quantitative and qualitative methodology, and correlational approach, this article has been structured in four parts: the first in which the concept of university radio is developed, in order to typify this means of communication from its functions fruit of the medium and university interrelation. A second one in which the methodology carried out is exposed. A third one in which the student's role is exposed from two components: its weight in the productive structure and its production dynamics. And a final, the conclusions, in which the role of the student is specified and its role is correlated with each of the types of university radio.

Keywords: University radio; participation of students in university radios; typology of university radios.

Sumario. 1. Introducción: aproximación al concepto de radio universitaria. 2. Metodología. 3. El rol del estudiante en la radio universitaria; 3.1. Peso estructural del estudiante; 3.2. Dinámicas de producción del estudiante. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Ventín Sánchez, José Augusto (2019): "El estudiante en la estructura productiva de la radio universitaria colombiana". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (2), 1191-1203.

1. Introducción: aproximación al concepto de radio universitaria

Para poder comprender las dinámicas que llevan a cabo los estudiantes en la radio universitaria colombiana, es preciso entender en qué consiste este tipo de medio, pues existe una serie de elementos coyunturales que diferencian a la radio universitaria latinoamericana, en general, y colombiana, en particular, respecto las emisoras de las academias europeas y norte americanas (Ventín, 2014, 2018; Vázquez, 2012, 2015). Mientras en Europa y Estados Unidos estos medios se han conformado como una herramienta de expresión juvenil y de desarrollo empírico de los estudiantes de comunicación, fruto de una mimesis con la función social universitaria centrada en los procesos de desarrollo profesional de los estudiantes, en Latinoamérica han ampliado su finalidad de acuerdo a una función social encaminada, ya no solo a "sistematizar el conocimiento establecido por la sociedad" (Romero, 1958, p.8), sino a cubrir las necesidades de generar corrientes de opinión. Por lo tanto, para determinar el rol de estudiante en la radio universitaria colombiana, primero debemos determinar cómo se concibe este medio de comunicación.

Para definir la radio universitaria y comprender su interrelación con el entorno, debemos analizar su estructura formal (Ventín, 2018). Por estructura formal entendemos el modo en que institucionalmente el medio es reconocido por la sociedad como agente productor de comunicación. Esa estructura se conforma a partir de dos elementos: el marco normativo y la función misional. El hecho de que en Colombia existan setenta y ocho radios universitarias pertenecientes a cincuenta y siete instituciones de educación superior (RRUC, 2017), hará pensar que encontraremos múltiples matices con los que entender qué es una radio universitaria y cómo se relaciona con su entorno.

El estudio de este tipo de medios apenas comienza a tener un campo de acción en Colombia (Ventín, 2014, 2018; Damaris, 2015; Zambrano, 2014), a pesar de ser

el primer país latinoamericano con mayor número de radios universitarias² y de contar con una legislación que reconoce este tipo de medios de comunicación. Precisamente, el marco normativo es el primer elemento que debemos tener en cuenta para conceptualizar estos medios, ya que cada país regula las formas y los modos en los que se da la industrialización de la comunicación: concepción productiva y mecanismos de distribución³.

A través de la resolución 415 de 2015 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones se definen los “alcances, objetivos, fines y principios de dicho servicio público; las condiciones para su prestación; los derechos y obligaciones de los proveedores; los criterios para la organización, encadenamiento y concesión del servicio, así como su clasificación y las condiciones de cubrimiento”, siendo, el capítulo dos, donde se clasifica el servicio de radiodifusión según cuatro criterios (MinTic, 2010):

1. El tipo de gestión. Puede ser directa, cuando el Estado presta el servicio a través de alguna de sus entidades públicas o mediante una licencia directa. E indirecta, cuando el servicio, mediante concesión del Ministerio de las TICs, es prestado por personas naturales o jurídicas.

2. La orientación de la programación. Se clasifica a partir de tres categorías y es la denominación que figurará en la licencia de explotación radial que, según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son (2010, p. 10):

a. Interés Público: cuando los contenidos estructurados en la programación tienen como objetivo "satisfacer las necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación", con el fin de lograr el "bienestar general". Estos contenidos se producen sin ánimo de lucro y están bajo la titularidad del Estado.

b. Comercial: se considera de esta categoría cuando los contenidos programáticos están concebidos para "la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente y el servicio se presta con ánimo de lucro, sin excluir el propósito educativo, recreativo, cultural, científico e informativo que orienta el Servicio de Radiodifusión Sonora en general”.

c. Comunitario: esta categoría se define cuando las programaciones están concebidas para generar diálogos entre los diferentes agentes e identidades de la comunidad, con los que establecer nexos de identidad y convivencia, "dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica”

² Colombia cuenta con 78 radios universitarias adscritas a la Red de Radios Universitarias de Colombia, seguido de Argentina con 62 emisoras. La relación de emisoras se tiene en cuenta a partir de los datos de afiliación de cada red de radios de los diferentes países. Esto no significa que no puedan existir más emisoras no afiliadas, pero como elemento de referencia utilizaremos los datos suministrados por las respectivas redes.

³ En los medios de comunicación, como industria, entran en juego otros elementos: organización, producción, distribución, recepción-consumo y lenguajes.

3. El nivel de cubrimiento. Se clasifica en cuatro tipos de estaciones, a las que se les asocia una potencia determinada y una cobertura específica, de las mayores clases A y B que cubren varios municipios o distritos, a clase C que abarca uno y clase D para áreas más restringidas de tipo urbana o rural.

4. El tipo de tecnología de transmisión. La resolución 415 de 2010 contempla únicamente tres formas de distribución: Frecuencia Modulada (FM), Amplitud Modulada (AM) y Digital Terrestre y Satelital.

La radio universitaria colombiana, según dicha resolución, estaría catalogada como una emisora de gestión directa de Interés Público (emisora educativa universitaria), con nivel de cubrimiento B o C y de transmisión en FM, AM o Digital Terrestre. Ahora bien, ¿todas las emisoras que se definen o son reconocidas como universitarias cumplen estos criterios? La respuesta es no. Existe otra realidad que “escapa” a lo definido por el marco normativo.

Tabla 1. Clasificación de emisoras universitarias según criterios de la resolución 415 de 2010. Elaboración propia a partir de datos de la RRUC 2017

Según clasificación			
Interés Público	Comercial	Comunitaria	Sin clasificación
33	12	1	32
Tipo de transmisión			
AM	FM	Digital Terrestre	Webcast
9	37	0	32
Tipo de gestión			
Directa	Indirecta		Sin Gestión
33	13	0	32
Área de cubrimiento			
A	B	C	D
	12	33	1

Si la resolución del MinTic dice que la radio universitaria es una emisora de Interés Público, vemos que estos medios se configuran también según las características de las licencias comerciales e, incluso, no cuentan con una licencia (las que definimos sin clasificación). Las radios con licencia de Interés Público pertenecen a universidades públicas⁴, mientras que las que cuentan con una licencia Comercial lo hacen bajo la titularidad de universidades privadas. Las que en el cuadro figuran sin licencia, corresponden a emisoras webcast. Este tipo de emisoras no requieren licencia para funcionar. Sin embargo, todas ellas se denominan universitarias y son reconocidas por su audiencia como tales. De forma que, si bien el marco normativo es el primer elemento que estructuralmente defina la radio universitaria, será el segundo elemento de esta estructura el que termine de determinar este medio: la función misional.

La radio universitaria colombiana no es sino un reflejo de la función social que cumplen las instituciones de educación superior a las que pertenecen.

⁴ La legislación también contempla que las universidades privadas acreditadas puedan solicitar licencia de Interés Público.

Fundamentalmente encontramos tres objetivos⁵ misionales en las radios universitarias (Ventín, 2018): las radios como elementos de divulgación del conocimiento, como mecanismos de extensión académica y como herramienta de formación y desarrollo empírico de los estudiantes de comunicación:

- Divulgación. Las radios universitarias se plantean como medios a través de los cuales se pone en circulación el conocimiento generado en el seno de la institución universitaria. Esa divulgación se puede dar de diferentes formas: mediante la retransmisión de eventos académicos -forma que está cogiendo fuerza gracias a las posibilidades que conlleva la web- o mediante la creación de espacios asociados a programas académicos en los que mediante diferentes formatos se tratan temas de actualidad del área en cuestión (ciencias sociales, naturales, medicina, etc.).

- Extensión académica. A través de esta finalidad, las radios universitarias se plantean como un mecanismo de incidencia de la universidad sobre la sociedad, más allá de los objetivos tradicionales de la docencia y la investigación universitarias. Mediante la extensión, las instituciones de educación superior plantean su razón de ser en aras de la renovación y el cambio social (José Luis Romero, 1958) o como elementos de transformación o conservación de las dinámicas sociales (Tünnerman, 2000). Esos procesos de cambio, transformación o conservación se dan de forma transversal en las programaciones, pero existen tendencias programáticas de enfoque cultural, social y religioso:

--Cultural. Cuando las emisoras apuestan por la extensión cultural, funcionan como espacios de promoción y conservación de un tipo de manifestación artística específica, ya sea popular o de la denominada “alta cultura” (Toledo Zamora, 2013).

--Social. Si las radios universitarias pretenden generar espacios programáticos enfocados a influir sobre la toma de decisión de diferentes públicos objetivos (élite política, económica, cultural; o segmentos sociales étnicos, populares, etc.), mediante programas de corte informativo, de desarrollo productivo, de conciencia política, etc.

--Religioso. En Colombia, desde el siglo pasado, ha habido una proliferación de universidades confesionales que han visto en la educación superior una forma de contribuir al desarrollo de la sociedad y, mediante su cosmovisión, a la evangelización. Las radios universitarias con una finalidad de extensión confesional, aplica

- Formación. Esta finalidad se da cuando la emisora tiene como objetivo fundamental desarrollar las capacidades prácticas del estudiante. Comprender teóricamente desde la praxis todos los elementos que intervienen en la configuración de un medio de comunicación: organización, producción, financiación, distribución, etc.

La radio universitaria, por el hecho de ser “universal”, tenderá a incluir contenidos que abarquen las tres finalidades, sin embargo, imperará una sobre el

⁵ A la Divulgación, extensión y formación, se le suma la investigación-innovación, entendida ésta como un proceso de reinención constante de la actividad sonora. Las radios universitarias, además de divulgar el conocimiento, de incidir en los estados de opinión y generación de sentido y de formar a los profesionales, se tiene como finalidad investigarse a sí misma como medio de comunicación con el que innovar y generar nuevas tendencias comunicativas. Por lo tanto, hablaríamos de 4 funciones.

resto. En el presente estudio analizaremos aquellas emisoras universitarias que se caracterizan por ser divulgativas, de extensión o formativas y describiremos cómo es la participación del estudiante en cada una de ellas.

2. Metodología

La presente investigación parte de una metodología mixta. En una primera fase empleamos datos cuantitativos, a través de un proceso de recolección de datos documentales, con los que obtenemos los porcentajes de conformación de las estructuras productivas de las emisoras. En una segunda fase se aplica una metodología cualitativa de enfoque descriptivo y correlacional, con la utilización de grupos focales y encuestas.

Es descriptivo porque buscamos identificar las características del objeto de estudio (el rol que cumplen los estudiantes en las diferentes tipologías de radios universitarias) a través de la observación directa y de los grupos focales, y correlacional, en la medida que pretendemos determinar el grado de relación entre el valor del papel del estudiante, según la clase de finalidad de la emisora universitaria a partir de las categorías de divulgación, extensión y formación: a mayor presencia (capacidad de toma de decisión, mayor labor en la producción), menor valor (participación) en la categoría divulgación, media en la extensión y máxima en la formación.

Para la definición de la muestra se han tenido en cuenta los elementos que definen estructuralmente una radio universitaria: el marco normativo y la función misional. De esta forma, elegiremos una emisora a partir de los siguientes criterios:

1. Marco normativo. Como hemos expuesto, la radio universitaria en Colombia es aquella de Interés Público. Sin embargo, existen emisoras con licencia comercial o sin licencia que son reconocidas como tales y forman parte de la Red de Radios Universitarias de Colombia. Por ello, elegiremos una emisora de interés público, comercial y sin clasificación ante Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, a partir de su:

2. Función misional. Que se define según la finalidad de la emisora: divulgativa, mediante la distribución del conocimiento; extensión, mediante la promoción cultural, confesional y social; y formativa, con la capacitación empírica de estudiantes.

La selección de la muestra se ha basado en la elección de emisoras por cada función (divulgativa, extensión en sus tres subcategorías y formativa), buscando que haya una representación por cada tipo de licencia (interés público, comercial y sin clasificación). De esta forma, podremos analizar el peso del estudiante en cada una de las tipologías de radios universitarias, como muestra la siguiente matriz:

Tabla 2. Matriz de muestra radios universitarias. Elaboración propia

Normatividad Función	Interés Público		Comercial		Sin clasificación
	AM	FM	AM	FM	webcast
Divulgativa	UN Radio				UN Web
Extensión					
Cultural			HJUT Uninorte		
Social	UdeA Regional LAUD				
Religiosa			Bolivariana AM Sinigual FM		
Formativa					Óyeme UJTL La Radio USC

3. El rol del estudiante en la radio universitaria

El análisis del rol de estudiante en la radio universitaria lo dividimos en dos apartados que nos permitirán correlacionarlos: primero, la distribución de perfiles que existen en las diferentes tipologías de radio universitaria: estudiantes, profesores, periodistas, otros profesionales y administrativos; y el tipo de vinculación que tienen: voluntarios, practicantes, becarios y malla curricular. De esta forma podremos entender cómo estructuralmente se conforma productivamente cada tipo de emisora, y así podremos identificar las características y los roles que desempeñan los estudiantes en cada una de ellas, desde el componente organización, producción y realización y toma de decisión.

3.1. Peso estructural del estudiante en la radio universitaria

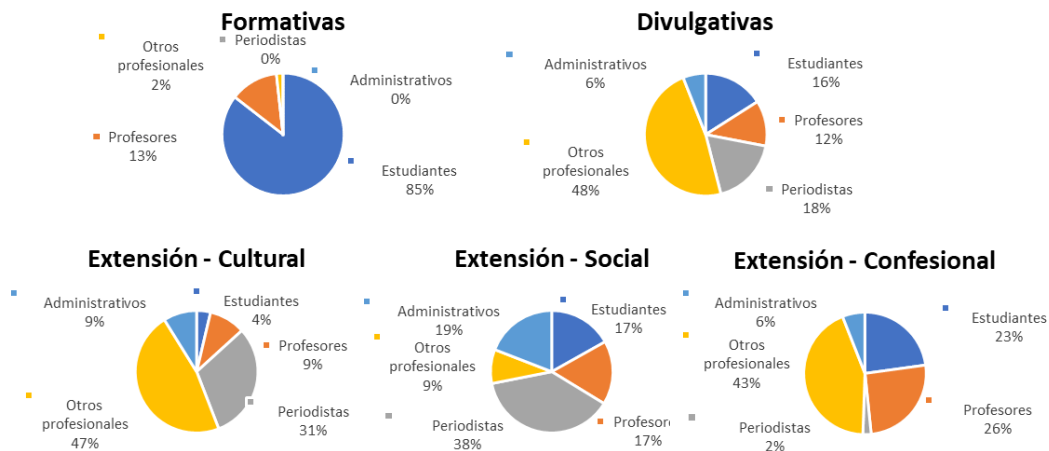
En las emisoras cuyo principal objetivo es la formación empírica de los estudiantes de comunicación, de las personas que integran el medio, según datos obtenidos en el trabajo de campo, el 85% corresponde a estudiantes, seguido de un 13% de profesores y un 2% de técnicos y personal administrativo. Ahora bien, de ese 85% que representan los estudiantes, su estructura productiva tiene orígenes diferentes: el 78% de ellos participan en la creación de contenidos mediante su vinculación como estudiantes matriculados en materias específicas de radio de la malla curricular del programa que estudian, el 16% lo hacen de forma voluntaria mediante la realización de programas ya existentes o mediante la propuesta de realización de contenidos (ya sean géneros o formatos) y el 6% participa en la radio mediante la práctica para la opción de grado.

En cuanto a las divulgativas, este tipo de emisoras son las que menos se han extendido dentro de la tipología de radio universitaria, probablemente por una falta de cultura de divulgación de la ciencia dentro de las universidades colombianas. Sin embargo, si bien son muy pocas las que tienen como principal objetivo la divulgación científica, el resto de emisoras manejan ciertos contenidos de divulgación. Ahora bien, las que sí tienen como principal función este cometido, de

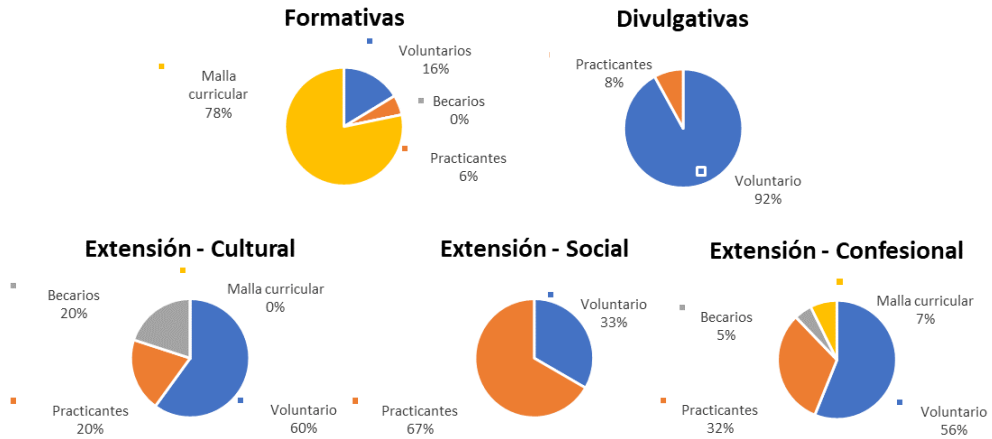
la totalidad de sus integrantes el 12% corresponde a estudiantes, el 16% a profesores, el 18% a periodistas, el 48% a profesionales expertos de otras áreas del conocimiento y el 6% a administrativos. De los estudiantes, el 8% son practicantes y el 92% voluntarios.

Las radios universitarias con enfoque de extensión tienen diferencias a la hora de conformar sus unidades productivas, con lo que las describiremos de forma individual: las emisoras cuyo principal objetivo es la incidencia cultural, están conformadas por un 4% de estudiantes, un 9% de profesores, un 9% de administrativos, un 31% de periodistas y un 47% por profesionales expertos. De los estudiantes vinculados, el 60% lo hacen de forma voluntaria, mientras que el 20% lo hacen mediante becas y el 20% restante con pasantías. En cuanto a las emisoras de extensión social, el 17% de los integrantes son estudiantes, al igual que los profesores con un 17%; los administrativos representan el 19%, los periodistas tienen el grueso del cuerpo productivo con un 38% y otros profesionales y personal técnico el 9%. La forma de vinculación de los estudiantes es mediante la realización de pasantías o prácticas en un 63%, y de forma voluntaria un 36%. En las emisoras universitarias de extensión con enfoque confesional, el 23% de sus integrantes son estudiantes, el 26% profesores, el 6% administrativos, el 2% periodistas y el 43% restante profesionales y colaboradores externos. De ese 21% de estudiantes, el 56% son voluntarios, el 32% practicantes, el 5% becarios y el 7% se encuentran vinculados a la malla curricular.

Gráficas 1. Distribución en porcentajes de los perfiles productivos. Elaboración propia



Gráficas 2. Tipo de vinculación por clase de emisora. Elaboración propia.



Tras una primera valoración, partiendo de los datos anteriormente expuestos, podemos comprobar cómo la vinculación de los estudiantes a través de la malla curricular es mayoritaria en las emisoras formativas, ya que este tipo de radios surgen en el seno de las Facultades de Comunicación o de los programas adscritos al área de periodismo. De ahí que sean las emisoras con el menor porcentaje de voluntarios y practicantes, pues todos los estudiantes se vinculan en algún momento a la estructura productiva del medio mediante materias como narrativa sonora, producción y realización en radio, géneros y formatos, noticieros de radio, etc.

En cuanto a las emisoras divulgativas, estructuralmente no tienen una composición productiva vinculada a la malla curricular, ya que la gestión y la producción de formatos y géneros tienen un enfoque centrado en la distribución de contenidos en redes académicas o grupos gremiales, con lo que éstos (su producción) recaen, principalmente, en expertos de las distintas disciplinas del conocimiento. Los estudiantes, en la mayoría de los casos, se vinculan de forma voluntaria motivados por los profesores e investigadores y suelen ser de otras carreras distintas a la comunicación y periodismo. Contrario a lo que pasa con los que acceden como practicantes, que sí los son, y tienen un perfil orientado a la coordinación de la producción, con el fin de mejorar el aspecto comunicativo y narrativo de los programas de divulgación radial.

En las emisoras de extensión cultural, si bien los estudiantes representan una minoría (4%), el 60% lo hace de forma voluntaria mediante la colaboración como productor, pero no participan como conductores de los espacios, a diferencia de las emisoras de extensión social, donde el 67% están vinculados como practicantes, no todos remunerados, pero sí con reconocimiento por parte de la institución educativa. En las emisoras de corte confesional, si bien las dos figuras más comunes son la práctica y el voluntariado, también se vincula al estudiante desde la malla curricular y mediante becas.

En términos generales, podemos decir que las emisoras formativas plantean su estructura de producción con el perfil mayoritario del estudiante, estando éste vinculado desde la malla curricular del plan de estudios de comunicación. Mientras que en el resto de emisoras el estudiante no es la fuerza mayoritaria y se vincula mediante la figura de práctica y voluntariado. El peso del estudiante y el tipo de vinculación que mantiene, nos da una orientación de cuál es el rol que desempeña en una radio universitaria formativa, divulgativa o de extensión. Pero es necesario exponer las dinámicas productivas que realizan en cada una de ellas, para determinar su función como eje productivo de este tipo de medio de comunicación.

3.2. Dinámicas de producción del estudiante

Para analizar las dinámicas de producción se llevaron a cabo grupos focales en cada emisora, con el fin de identificar la rutina productiva y la percepción del rol que desempeña el estudiante en la emisora. De igual forma, se realizó una encuesta a la totalidad de estudiantes, de manera que cruzamos las respuestas para identificar las tendencias productivas que llevan a cabo.

Como hemos identificado anteriormente, en las emisoras formativas los estudiantes representan el 85% de sus integrantes. La organización más común en este tipo de medio es la conformada por un director, que suele ser un profesor de radio del plan de estudios de comunicación social, un grupo de practicantes que tienen funciones de coordinación en las áreas de realización y programación, *community manager* y, si bien en la mayoría de los casos cuentan con un técnico encargado de la parte operacional de la emisora, también funcionan como monitores en esa área, y un amplio grupo de realizadores conformado por los estudiantes de las asignaturas de radio del plan de estudio, que vinculan las materias a la producción de contenidos de la emisora, bajo la supervisión de los respectivos profesores de las materias de radio.

El estudiante puede incidir sobre el diseño de la programación mediante la propuesta de programas, ya sea que nazcan de las dinámicas de clase, o cuando un grupo de estudiantes se asocian para proponer el diseño de uno. Cuando el diseño surge de un grupo voluntario, no hay un condicionante temático, pero cuando esta propuesta surge de la materia, en la mayoría de los casos sí hay un lineamiento por parte del profesor. Sin embargo, en este último caso, cuando ya comienza la producción y realización del programa, existe libertad por parte de los estudiantes para escoger los temas de qué hablar, siempre que estén dentro del objetivo general del programa.

En todas las emisoras formativas existe un libro de estilo, con mayor o menor desarrollo, que los estudiantes no conocen en su totalidad. Una de las principales razones es que no existe un vínculo fuerte con la emisora, ya que la mayoría de los estudiantes se vinculan de forma obligatoria a través del plan de estudios. A diferencia de los que producen contenidos de forma voluntaria, que sí lo conocen.

En la producción de contenidos, los estudiantes se organizan en grupos de trabajo a través de los cuales deciden los temas que tratarán en cada programa. No realizan una planificación de mayor espacialidad temporal, sino la del programa más próximo en emisión. Los roles que manejan suelen ser rotativos, pues piensan más en la adquisición de experiencia que en generar identidad al programa o

contenido que trabajan. De forma que rotan en la conducción del programa, así mantengan el liderazgo en las diferentes siempre sobre una sección.

En las radios universitarias de divulgación, en la que los estudiantes representan el 16% de los integrantes del medio, según las encuestas y grupos focales realizados, encontramos que tienen un papel centrado netamente en la producción de contenidos, pero con una reducida capacidad de toma de decisión. Esto es así ya que la parte de diseño conceptual de los programas, así como la elección de los temas a tratar en cada emisión, está coordinada por profesores de cada una de las áreas del conocimiento o por los periodistas especializados del medio. Los estudiantes, en estos casos, se centran en el apoyo a los procesos de producción de los distintos espacios.

Esa misma dependencia en la estructura productiva denota el papel que cumplen los estudiantes: labores de producción. Ahora bien, existe un matiz, pues a diferencia de las emisoras formativas, donde la mayoría de los estudiantes son de comunicación, en estos casos suelen ser de otras disciplinas. Ellos se vinculan de forma voluntaria, en la mayoría de los casos motivados por sus profesores. En cambio, los estudiantes que son del área de comunicación se vinculan como practicantes con actividades generales de apoyo a la coordinación de la emisora o como productores de contenidos contribuyendo a generar narrativas periodísticas, muchas veces alejadas de los discursos científicos. Al igual que en las emisoras formativas, los estudiantes no conocen plenamente el libro de estilo del medio ni interactúan con los equipos de producción del resto de espacios.

Las emisoras de extensión cultural colombianas apuestan por la denominada Alta Cultura, en la que se hace una promoción de los distintos géneros de la música clásica. Los programas son pregrabados y las labores de conducción y locución de los espacios programáticos recae en los profesionales expertos y periodistas, de forma que el rol del estudiante se centra en labores de preproducción y postproducción. Los estudiantes vinculados, por la especificidad del contenido cultural y musical, no cuentan con el desarrollo ni conocimiento, además de la estética tonal que impera en estos medios, como para ponerse al “frente del micrófono”. Las rutinas de producción se centran en la labor documental y en la postproducción y distribución de contenidos emitidos a través de la web y redes. Además de la producción radiofónica, los becarios y practicantes realizan tareas de mercadeo y relación con patrocinadores y mecenazgos, que son la segunda fuente de financiación de estas emisoras.

La participación de los estudiantes en las emisoras de extensión social presenta diferentes matices, según tenga la emisora un enfoque de extensión social destinado a servir como medio de información periodística con contenido de actualidad política, económica, etc. de corte regional, o esté contemplado para temas de apropiación social del conocimiento con programas destinados al bienestar (salud), al desarrollo productivo (agricultura, veterinaria, etc.). En ambos casos los estudiantes participan en la producción de contenidos, pero en los de enfoque informativo participan con labores de reportaría e investigación periodística, y en los de corte temático, como mediadores entre el enfoque divulgativo y el conocimiento disciplinar, con objetivos de apropiación social del conocimiento. Las rutinas productivas de los estudiantes que participan en emisoras en las que impera una finalidad de extensión, al estar vinculados en su

mayoría bajo la figura de practicantes, tienen más responsabilidades y sus aportes son tomados en consideración por cada uno de los equipos de producción.

En la radio de extensión religiosa, el estudiante realiza labores de producción de contenidos vinculándose a programas ya existentes y coordinados por colaboradores o realizadores de la emisora que, en la mayoría de los casos, son miembros de la archidiócesis o seglares de las diferentes parroquias. También se identifica un grupo de estudiantes que tienen mayor grado de responsabilidad, al realizar tareas de coordinación básica de corte administrativo o de productores. Estos estudiantes son los vinculados como practicantes y becarios. El estudiante, si bien presenta propuestas programáticas, no siempre se permite su puesta en marcha.

4. Conclusiones

Si bien la radio universitaria es un tipo de medio que se encuentra en constante evolución y redefinición, y más contando con unas estructuras productivas basadas en un gran porcentaje en el voluntariado y en la movilidad que implican los practicantes, se pueden exponer las siguientes conclusiones:

El estudiante que forma parte de las emisoras formativas tiene mayor capacidad de toma de decisión en la producción de contenidos: define el tema de cada programa, elige y busca sus fuentes, determina las pautas de interacción con su público. Se siente libre en su quehacer empoderándose de su acción-formación. La mayor presencia de estudiantes en la estructura del medio se ve reflejada en mayor capacidad para hacer y decidir, pero hay que anotar que esa libertad se acota a la producción de contenidos, no tanto en la gestión del medio. Elemento que, en las radios formativas, debería ser más evidente, ya que el estudiante de comunicación debe tener una formación integral de la gestión y la producción. En las emisoras de extensión se ve reducida su participación, frente a la formativa, y, si bien su participación se limita prácticamente al componente productivo del medio (no participa en otras áreas organizativas), se le permite aportar a la definición de contenidos y se confía en sus labores de reportaría. En cuanto a las divulgativas, la participación del estudiante es la menor de todas y su participación se limita a labores de apoyo en la producción.

Se puede concluir que, a mayor peso del estudiante en la estructura productiva del medio, mayor será su capacidad de toma de decisión en la gestión y producción de contenidos y a menor presencia en la estructura productiva, menor capacidad de gestión de la producción de contenidos.

5. Referencias bibliográficas

- Miller, V. (2004): "*Stitching the Web into Global Capitalism: Two Stories*", en: Gauntlett, D. y Horsley, R. (eds.): *Web Studies* [2.a ed.] London, Arnold.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2010): *Resolución Número 00415*.

- http://www.mintic.gov.co/images/documentos/radio_difusion_sonora/resolucion_415_2010.pdf
- Ramírez, Damaris (2015): *Análisis de Contenido de las Parrillas de Programación, Géneros, Formatos, Herramientas Digitales e Interactividad que están implementando en la web las Ciberrádios Universitarias de Colombia*. Tesis de Maestría. Universidad Pontificia Bolivariana sede Medellín, Colombia.
- Red de Radios Universitarias de Colombia (2017): *La RRUC en cifras*.
<https://sites.google.com/a/radiouniversitaria.org/rruc/>
- Romero, J. L. (1959): *Función social de la Universidad*.
http://www.iesalc.unesco.org/ve/.../1959_argentina_joseluisromero_funcionuniv.pdf
- Toledo Zamora, Fernando (2013): [Entrevista]
- Tünnermann, C. (2000): *Universidad y Sociedad. Balance histórico y perspectivas desde Latinoamérica*. Caracas, Universidad de Venezuela – Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Vázquez, M. (2012): *La radio universitaria en México y España: estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra. Departamento de Comunicación. <https://goo.gl/3ghcIJ>
- Vázquez, M. (2015): "La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos". *Comunicación y Medios*, 31: 151.
- Ventín Sánchez, J.A. (2014): *La radio universitaria en Colombia: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios* (Tesis Doctoral) Universidad Complutense de Madrid.
- Ventín Sánchez, J.A. (2018): "Pensando las radios universitarias: funciones, estructuras y retos". En Valencia, J.C. (ed.): *Pensar, hacer y proyectar la radio universitaria en Hispanoamérica*. Bogotá, Colombia. Editorial Universidad Javeriana, pp. 75-102.
- Zambrano Ayala, William Ricardo (2013): "Radiografía de las emisoras universitarias colombianas". *Folios* 28: 115-138). Colombia, Universidad de Antioquia, Facultad de Comunicaciones.

José Augusto Ventín Sánchez es periodista, magíster y doctor en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, España. Su desarrollo académico y profesional gira en torno al mundo de los medios y la empresa informativa. Fue director y fundador del portal Unión Madrid, director de Radio Complutense y coordinador del Instituto Universitario de Comunicación Radiofónica. Su área de estudio es la empresa informativa, los nuevos medios y la gestión de la producción de contenidos. En la actualidad es profesor del Departamento de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana, Colombia.