

RADIOS INFORMATIVAS ONLINE. CATEGORÍAS METODOLÓGICAS PARA SU ESTUDIO Y POSTERIOR APLICACIÓN A LOS CASOS DE RADIO NACIONAL Y RADIO CONTINENTAL ARGENTINA

Claudio Guillermo Avilés Rodilla¹

Resumen

El presente trabajo pretende reflexionar y proponer una herramienta metodológica que permita abordar de manera organizada, diversificada y metódica, las propuestas de contenidos de las plataformas online de las radios informativas, signadas por las características inherentes a los productos de la industria cultural digital: movilidad, no linealidad y cambio permanente.

Para ello se revisarán una serie de categorías y variables analíticas, pensadas originalmente para el estudio de la prensa online, y evaluará su pertinencia y/o necesidad de adaptación para el análisis específico de los contenidos de las radios informativas online. Una vez realizada esta revisión, se presentan los resultados de la aplicación analítica de las categorías definidas en un relevamiento de contenidos de dos casos de radios informativas argentinas con plataforma en Internet: Radio Nacional y Radio Continental.

Las conclusiones elaboradas intentan trazar un escenario preliminar sobre la tendencia en oferta de contenidos de las radios informativas online y al mismo tiempo abre nuevos interrogantes para la investigación.

Palabras clave

Radio informativa – Radios online – Metodología – Categorías analíticas

Abstract

This paper aims to consider and propose a methodological tool to analyze in an organized, diversified and methodical, the contents of the online platforms of informative radio, marked by the inherent characteristics of the digital culture industry products: mobility, nonlinearity and permanent change.

We reviewed a number of categories and analytical variables, originally designed for the study of online media, and assess their relevance and need for adaptation to the specific analysis of the contents of informative online radios. After this review, we present the results of the analytical application of the categories in a survey of contents of two informative cases Argentine radio the Internet platform: Radio Continental and Radio National.

The findings demarcate a preliminary stage on the trend in the proposed contents of the informative online radios and at the same time raise new questions for research.

Keywords

Informative Radio – Online Radio – Methodology - analytical categories.

1. La radio en Internet

El fenómeno de la digitalización en general y el desarrollo de las radios a través de Internet resultan problemáticas de complejo abordaje desde la investigación en comunicación. Por una parte la digitalización de la radio (o de otros medios de comunicación) no puede ceñirse a un fenómeno exclusivamente tecnológico ya que su injerencia atraviesa aspectos sociales, culturales, económicos y educativos. De igual manera, resulta erróneo vincular exclusivamente la digitalización de la radio con las transformaciones en el proceso de difusión o distribución; por el contrario este proceso viene involucrando desde algunas décadas los procesos de producción, edición, administración, almacenamiento y demás rutinas productivas (Bonet Bagant, 2007).

Una problemática distinta resulta el desarrollo de la radio digital en Internet. Por una parte, existe un amplio debate teórico respecto a la pertinencia de la utilización del concepto de “radio” para hacer referencia a las distintas formas de distribución y almacenamiento de audio que posibilitan las plataformas de Internet; ya que se considera inexacto el uso de categorizaciones convencionales para hacer referencia al fenómeno de convergencia mediática que posibilita la web (Cebrián Herreros, 2001; Bonet Bagant, 2007).

Internet posibilitó que la radio rompa con las limitaciones de cobertura de la señal de antena, brindándole cierta ubicuidad que le permite al oyente escuchar la radio que prefiera desde cualquier lugar del mundo a partir de un dispositivo con conectividad web. Asimismo, la radio en Internet va abandonando la categoría de medio de comunicación inserto en el sector de la industria cultural de flujo, para desplazarse hacia la producción de contenidos culturales que editorializan dicho flujo, ofreciendo catálogos de contenidos que el usuario accede según sus intereses (Bonet Bagant, 2007; Bustamante, 2003). En este sentido, Internet permite que las radios puedan ampliar notablemente su oferta de contenidos y formatos; una diversidad de servicios, contenidos de audio, datos o textos personalizados pueden ponerse a disposición de los oyentes / usuarios sin las restricciones del tradicional receptor de radio (Franquet, 2003). Sin embargo, este fenómeno posibilita varias alternativas y abre diversos interrogantes para el ámbito radiofónico, fundamentalmente en relación a los límites de la escucha, la necesidad de nuevos contenidos, de nuevos formatos, la irrupción de potenciales nuevas audiencias con nuevas necesidades y, en definitiva, nuevas líneas de negocio (Bonet Bagant, 2007).

En este orden de cosas, las radios de características informativas, en teoría, presentan un buen posicionamiento para enfrentar y aprovechar los cambios derivados del uso de las nuevas tecnologías web. Como plantea Rosa Franquet (2003), las radios son empresas natas a ofrecer servicios interactivos de noticias con actualización permanente a través de *inputs* noticiosos con una gestión eficaz de la información digitalizada. En este sentido, Internet posibilita el desarrollo de servicios *push* personalizados, con los cuales el oyente usuario puede programar telecargas de noticias, documentos, entrevistas a partir de intereses específicos, con el fin de consumirlos desde de cualquier dispositivo con conectividad web. Además, las emisoras informativas pueden explotar la interactividad que permite conectar a la audiencia entre sí, a través de *chats* o foros de discusión, e integrar estas experiencias en la programación y el desarrollo de nuevos contenidos o coberturas periodísticas.

En definitiva, Internet abre diversas perspectivas para las radios informativas *online* y a la vez exige una integración y adaptación de los procesos productivos periodísticos que permitan aprovechar los distintos recursos disponibles.

En este sentido, a partir las características observadas y las potencialidades que presenta Internet como nueva plataforma para las radios en general y las radios informativas en particular, resulta necesario desde la investigación dar cuenta empíricamente de los aprovechamientos y las actuales ofertas de contenidos que están desarrollando las radios *online*.

Por ello el presente trabajo persigue un doble objetivo: técnico metodológico y empírico descriptivo. Por un lado, se revisa una serie de categorías y variables analíticas, pensadas originalmente para el estudio de la prensa *online*, y se evalúa su pertinencia y/o necesidad de adaptación para el análisis específico de los contenidos de las radios informativas *online*. En segundo lugar, una vez realizadas las consideraciones metodológicas, se presentan los resultados de la aplicación analítica de las categorías definidas en un relevamiento de contenidos de dos casos de radios informativas argentinas con plataforma en Internet: Radio Nacional y Radio Continental.

2. Categorías analíticas para radios informativas *online*

En primera instancia se pretende evaluar la factibilidad de aplicación para el análisis de las radios informativas *online* de una serie de categorías y variables analíticas pensadas originalmente para la prensa *online* por Luis Alfonso Albornoz², en el desarrollo de su

tesis doctoral. Para ello, se desarrolló una observación y relevamiento de datos elementales sobre un conjunto de emisoras radiofónicas *online*. Para dicho análisis preliminar se seleccionaron siete radios argentinas: Radio Nacional, Radio La Red, Radio Encuentro, Radio Del Plata, Radio 10, Radio Mitre y Radio Continental. El criterio de selección estuvo determinado por tres variables fundamentales: 1) que puedan caracterizarse como radios informativas, es decir que cuenten con una producción u oferta programática en la que prevalezcan los contenidos informativos noticiosos de interés general; 2) que cuenten con plataforma o sitio en Internet y 3) que el sitio web de la emisora cuente con una amplia y diversa oferta de contenidos, servicios y lenguajes; preliminarmente plausibles de análisis a partir de las categorías y variables.

Luego de realizar una revisión general de las grillas en función de las radios relevadas, en primer lugar, se determinó factible para el análisis de las radios informativas *online* la utilización de las cuatro categorías generales propuestas por Albornoz, con la única salvedad de la modificación del concepto de “lector/usuario” por el de “oyente/lector/usuario”. Esta modificación responde a la necesidad de dar cuenta sobre la singularidad del público de las radios *online*, que producto de la convergencia multimedial, no resulta exclusivamente oyente, sino que también tiene acceso a información en formato de texto escrito, gráfico y a servicios de los que puede hacer uso. Cabe aclarar que en la propuesta del concepto de “oyente/lector/usuario” se intentó jerarquizar, según un orden de predominio, lo que se estima *a priori* son las principales características del público de radios *online*: en primer lugar oyente y en segundo y tercer orden de relevancia lector y usuario. De esta manera, las cuatro categorías generales elegidas para analizar las radios informativas *online* son las siguientes:

- **“Contenidos informativos”**: a partir de tipologías propuestas por Dominique Wolton (2000) acerca de la información que es posible encontrar en Internet, es posible distinguir cuatro tipos de contenidos informativos en las plataformas de medios informativos *online*: a) información-noticia, b) información-servicio, c) información ocio, y d) información institucional.
- **“Servicios al oyente / lector / usuario”**: refiere al conjunto de servicios disponibles para que los usuarios puedan seleccionar, buscar, ordenar, imprimir, enviar... los contenidos del medio.
- **“Áreas de participación de oyentes / lectores / usuarios”**
- **“Recursos audiovisuales y multimedia”**.

En función de las categorías generales, se presentan a continuación el conjunto de variables adaptadas para el relevamiento empírico de datos y contenidos de las radios informativas *online*:

CONTENIDOS INFORMATIVOS	
<p>a) INFORMACIÓN - NOTICIA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Transmisión en vivo - <i>Streaming</i> - Noticias en audio <i>on demand</i> - Noticias en audio <i>podcast</i> - Noticias en texto escrito / formato de prensa - Últimas noticias - Secciones temáticas - Opinión: Columnas / Editorial - Secciones o Informes especiales - Coberturas en tiempo real - Fotogalería - Ranking de noticias - Emisoras regionales / locales - Formatos plurilingües - Blogs 	<p>b) RECUPERACIÓN, ALMACENAMIENTO Y/O DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Archivos de Audio - Buscador / es - Carpeta personal - Archivos por e-mail - Compartir en Redes Sociales online - Tecnología pull - Contenidos a móviles - RSS - Barra de navegación <p>c) SERVICIOS COMERCIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Tienda virtual - Promociones
<p>b) INFORMACIÓN – SERVICIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programación de la Radio - Programación de otras emisoras - Pronóstico meteorológico - Transporte público - Programación TV - Carteleras de espectáculos - Directorios - Callejeros / Mapas - Sorteos 	<p>ÁREAS de PARTICIPACIÓN de OYENTES / LECTORES / USUARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contacto con la radio - Entrevistas online - Foros - Charlas - Cartas de oyentes - Comentarios de oyentes - Debates - Votaciones / Encuestas - Consultorio online
<p>c) INFORMACIÓN – OCIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Archivos de música / video - Juegos online - Concursos - Horóscopo - Humor 	<p>RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA, HIPERVÍNCULOS e</p>
<p>d) INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Institucional - Arquitectura del sitio - Información para oyentes / lectores / usuarios - Información para anunciantes 	<p>a) VIDEO Y GRÁFICOS ANIMADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Video on demand - Video streaming - Gráficos animados / interactivos

SERVICIOS al OYENTE / LECTOR / USUARIO	b) ENLACES CON OTROS SITIOS WEB (hipervínculos)
<p>a) ADAPTACIÓN DE LOS CONTENIDOS A LAS DEMANDAS / NECESIDADES DE LOS OYENTES / LECTORES / USUARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personalización - Opciones de portada - Opciones para imprimir - Ampliar / reducir tamaño de letras - Opciones para discapacitados 	<ul style="list-style-type: none"> - Diarios - Revistas - Agencias de noticias - Radios - Televisiones Portales

En función de las categorías y variables propuestas por Albornoz en las grillas originales se consideró pertinente mantener sin alteraciones gran parte ellas y simplemente se evaluó necesario realizar una serie de modificaciones y/o adaptaciones que permitan dar cuenta de las especificidades del medio radiofónico informativo con plataforma en Internet. A continuación se detallan los cambios propuestos:

“Contenidos Informativos”: en esta categoría general se proponen las principales modificaciones o adaptaciones para el análisis de las radios informativas *online*. En primera instancia, en la categoría específica **“información noticia”** resulta necesario reconsiderar las variables relacionadas concretamente con los contenidos noticiosos:

- Transmisión en vivo – Streaming: Esta variable considera las particularidades de los medios de comunicación *online* en general y permite dar cuenta del fenómeno de convergencia analógico–digital mediante el cual el sitio web del medio permanece vinculado con la existencia previa del medio de comunicación “analógico” en cualquiera de sus formatos: periódico impreso, radio o televisión por antena. La inclusión de esta variable considera la especificidad del medio radiofónico *online* y permite dar cuenta de la posibilidad de acceso a la retransmisión sonora en directo (modo sincrónico) de la emisora, realizada por antena vía ondas hertzianas; logrando la coincidencia del momento de emisión con el de recepción. Cabe aclarar que si bien esta variable estaba contemplada en la grilla original propuesta por Albornoz, en la sección “recursos audiovisuales y multimedia”, en la presente propuesta se evalúa necesario realizar una reubicación y rejerarquización de la variable en función de la especificidad del medio analizado; es decir, en una radio *online*, ya que la posibilidad de acceso a

la transmisión en vivo no resulta un recurso accesorio sino medio fundamental para acceder a los contenidos generales de la radio.

- Noticias en audio *on demand*: esta variable se propone como una inclusión en la categoría general “información - noticia” y procura dar cuenta de un nuevo e incipiente formato de contenido noticioso de las radios informativas *online*. Las noticias en audio bajo demanda (*on demand*) revisten una gran potencialidad para la oferta de noticias de las radios *online* ya que le permiten al público acceder a un menú de contenidos informativos en audio, disponibles para el usuario en cualquier momento sin la necesidad de restringirse al aparato receptor de radio. A diferencia del *streaming*, resulta un modelo asincrónico en el que no coincide el momento de la emisión / producción con el de la recepción. Este dispositivo introduce un cambio fundamental ya que rompe con la unidireccionalidad, inmediatez y fugacidad del discurso radiofónico tradicional, permitiendo que el usuario decida qué noticia desea escuchar y cuándo hacerlo.
- Noticias en audio *podcast*: asimismo se propone incluir esta variable dentro de la categoría “información - noticia” ya que el formato *podcast* resulta un recurso novedoso y de gran potencialidad para la oferta noticiosa de las radios informativas *online*. El *podcast* es un archivo de audio que se baja a la computadora, u otro dispositivo con acceso a Internet, mediante un link directo a la página que lo ofrece o desde una suscripción a un canal RSS.
- Noticias en texto escrito / formato de prensa: se consideró necesaria la inclusión de esta variable ya que en el relevamiento preliminar de las radios informativas *online* se vislumbró la masiva presencia de noticias en texto escrito.

Por otra parte, en referencia a la categoría “**información servicio**” se estimó necesario realizar una adaptación a la variable “programación radio”; modificando su denominación por “programación *de la* radio”. Con este cambio se busca hacer referencia a la información o grilla de programación de la propia emisora. El resto de las variables de la categoría “información servicio” se mantuvo sin variaciones en relación a la propuesta de Albornoz.

En relación a las dos últimas categorías de los “contenidos informativos”, las variables que integran “Información ocio” no sufrieron modificaciones; y respecto a “información institucional” solamente se procuró adaptar las denominaciones que hacían referencia al medio de comunicación: se cambió “información para lectores” por “información para

oyentes / lectores / usuarios” y “arquitectura del diario online” se modificó por una denominación más genérica “arquitectura del sitio web”.

“Servicios al oyente / lector / usuario”: respecto a esta categoría, se consideró factible realizar sólo dos modificaciones en las variables originales que la integran, dejando al resto sin cambios. En primer lugar, se modificó la variable “hemeroteca” (en la categoría “recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos”), concepto que alude específicamente a un archivo o colección de diarios o publicaciones periódicas, por la variable “archivo de audios”, para hacer referencia a la herramienta que ofrecen muchas radios *online* que permite acceder a un repertorio o compilación de fragmentos de audio de distinto tipo.

Por otra parte, se consideró oportuno suprimir la categoría “Avisos clasificados” (incluida en la categoría “servicios comerciales”), ya que resulta un servicio prácticamente ausente en el ámbito radiofónico tradicional, y por el momento también en las versiones *online*.

“Áreas de participación de oyentes / lectores / usuarios”: en relación a esta categoría, solamente se consideró necesario realizar adaptaciones a las variables que originalmente hacían referencia a los diarios *online*. Por lo tanto las variables adaptadas fueron las siguientes: “contacto con la radio” (adaptación de “contacto con el diario online”), “cartas de oyentes / lectores” (adaptación de “cartas de lectores”) y “comentarios de oyentes / lectores” (reemplazó a la nueva variable introducida en este trabajo “comentarios de lectores”).

“Recursos audiovisuales y multimedia, e hipervínculos”: respecto a esta categoría, las modificaciones realizadas fueron específicamente la supresión de dos variables “audio *on demand*” y “audio *streaming*”. Estas dos variables fueron eliminadas de la categoría general, ya que se considera que en el estudio de radios informativas *online* los recursos de audio *streaming* y *on demand* adquieren una especificidad y jerarquización que implica incluirlas en la categoría “contenidos informativos” - “información noticia”.

3. Análisis de contenidos de las radios informativas *online*

Una vez realizadas las modificaciones y adaptaciones que se consideraron necesarias y, por lo tanto, definidas las categorías y variables que se creen pertinentes para el análisis de los contenidos generales de las radios informativas *online*, el paso siguiente fue la recopilación y volcado de datos obtenidos del análisis de dos casos de radios informativas *online de Argentina*:

- **Radio Nacional Argentina:** fundada el 6 de julio de 1937, es la emisora radial del Estado argentino y pertenece institucionalmente a Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado; institución pública que administra los medios de comunicación estatales. Su sede central se encuentra en la ciudad de Buenos Aires y transmite por antena en la frecuencia 870 khz de Amplitud Modulada. Esta emisora es la cabecera de un sistema de emisoras distribuidas por todo el país que repiten su programación y la intercalan con información y contenidos de producción local. El sitio web de Radio Nacional se encuentra disponible en la dirección: www.radionacional.gov.ar
- **Radio Continental:** radio argentina fundada el 28 de septiembre de 1969. Actualmente radio Continental transmite por antena en la frecuencia 590 Khz de Amplitud Modulada y 104.3 Mhz de Frecuencia Modulada y sus estudios centrales están ubicados en la ciudad de Buenos Aires. A nivel institucional, Radio Continental pertenece desde el año 2005 al Grupo Latino de Radio, compañía que a su vez depende de Unión Radio que es parte del grupo PRISA de España. A nivel programático, en su señal de antena, radio Continental presenta un perfil marcadamente informativo, con noticias de interés general, con diversos matices del ámbito cultural, deportivo y musical. Finalmente cabe mencionar que radio Continental crea su sitio en Internet en septiembre de 1998, y actualmente es posible acceder a su plataforma *online* desde la dirección: www.continental.com.ar

A continuación se presentan las grillas en las que se volaron los resultados obtenidos a partir del análisis desarrollado durante 30 días, del 17 de mayo al 14 de junio de 2010, producto de un seguimiento diario de los sitios web de las radios *online* elegidas:

	 <p>Radio Nacional La Radio Pública</p>	 <p>Continental 40 años Gente de palabra</p>
<p>CONTENIDOS INFORMATIVOS</p>		
<p>a) INFORMACIÓN - NOTICIA</p>		
<p>Transmisión en vivo - Streaming</p>	<p>SI “Escuchar en vivo”: El sitio web permite acceder a la transmisión en vivo (difusión hertziana) de la emisora informativa principal de Radio Nacional, AM 870, Buenos Aires. Asimismo se dispone de acceso a la transmisión de las demás emisoras vinculadas a Radio Nacional Buenos Aires: Nacional Clásica, Nacional Folclórica, Nacional Rock (cuya programación es principalmente musical). El acceso a la transmisión en vivo se ejecuta a través de la apertura de una ventana (pop up).</p>	<p>SI “Señal en vivo”: El sitio web permite acceder a la transmisión en vivo (difusión hertziana) de la emisora informativa principal de Radio Continental, AM 590, Buenos Aires. El acceso a la transmisión en vivo se ejecuta a través de la apertura de una ventana (pop up).</p>
<p>Noticias en audio on demand</p>	<p>SI Es posible acceder desde la página de inicio o en la sección “noticias”. La mayor parte de las notas periodísticas publicadas en formato de texto escrito, cuentan con la posibilidad de acceder a archivos de audio <i>on demand</i>, en los cuales se reproduce fragmentos de la transmisión en vivo de la emisora. La presentación de la información se realiza con características propias del lenguaje radiofónico en vivo: crónica del acontecimiento, inclusión de fragmentos de entrevistas, formato resumido al estilo boletín informativo, entre otros.</p>	<p>SI Es posible acceder a distintos archivos de audio on demand de dos maneras: “Noticias”: La mayor parte de las notas periodísticas publicadas en el sitio web en formato de texto escrito, cuentan con la posibilidad de acceder a archivos de audio <i>on demand</i>, en los cuales se reproduce fragmentos de la transmisión en vivo de la emisora: crónica de acontecimientos, inclusión de fragmentos de entrevistas, formato resumido al estilo boletín informativo, entre otros. “Si te lo perdiste”: desde esta sección resulta posible acceder a un menú con un listado de archivos de audio que reproducen fragmentos de la transmisión en vivo de la radio. En esta sección no se publica información en formato de texto escrito.</p>

	<p>Resulta oportuno destacar, que la información presentada en formato escrito y el archivo de audio, generalmente abordan y resaltan datos diferentes del acontecimiento noticioso, por lo que ambos formatos de presentación se complementan entre sí.</p> <p>http://www.radionacional.com.ar/noticias/</p>	<p>http://www.continental.com.ar/oir.aspx</p>
<p>Noticias en audio podcast</p>	<p>NO</p>	<p>SI</p> <p>“Podcast”: en esta sección se ofrecen dos canales de Podcast de la radio: “Bravo.Continental” y “Hora 25 Global”. Desde estos canales resulta posible elegir entre distintos contenidos de audio, fragmentos de los respectivos programas de la emisora, para poder bajarlos y escucharlos en su reproductor de audio MP3 o en una PC.</p> <p>http://www.continental.com.ar/pod.aspx</p>
<p>Noticias en texto escrito / formato de prensa</p>	<p>SI</p> <p>Todas las noticias publicadas en el sitio web de la emisora se presentan en formato escrito, similar a la presentación de los diarios <i>online</i>: una versión resumida de la nota (título y cabeza de noticia) con un link que permite acceder a la noticia completa. Algunas de las noticias suelen estar acompañadas por fotografías y archivo de audio.</p>	<p>SI</p> <p>Se publican en la página de inicio y se agrupan en la sección “noticias”. La mayor parte de las noticias publicadas en el sitio web de la emisora se presentan en formato escrito, similar a la presentación de los diarios <i>online</i>: una versión resumida de la nota (título y cabeza de noticia) con un link que permite acceder al desarrollo completa de la nota. La mayoría de las noticias se presentan con una fotografía y con acceso a un archivo de audio <i>on demand</i>.</p>
<p>Últimas noticias</p>	<p>NO</p>	<p>NO</p>
<p>Secciones temáticas</p>	<p>SI</p> <p>El sitio web de la emisora organiza todas la noticias publicadas en siete secciones temáticas: Política, Economía, Internacionales, Deportes, Judiciales, Policiales y Sociedad.</p> <p>http://www.radionacional.com.ar/noticias/secciones/politica.html</p>	<p>SI</p> <p>El sitio web de la emisora organiza todas la noticias publicadas en seis secciones temáticas: Actualidad, Deportes, Economía, Judiciales, Internacionales y Sociedad.</p> <p>http://www.radionacional.com.ar/noticias/secciones/politica.html</p>

	ar/noticias/secciones/politica.html	
Opinión: Columnas / Editorial	<p>SI</p> <p>“Opinión”: el sitio web de la radio cuenta con una sección en la que es posible acceder a artículos de opinión (firmados), publicados únicamente en formato escrito. Estos artículos se renuevan periódicamente y no resulta posible recuperarlos de un archivo una vez sacados de publicación.</p> <p>Las temáticas abordadas son variadas: política, deportes, sociedad, economía, entre otras.</p> <p>http://www.radionacional.com.ar/articulos/</p>	<p>SI</p> <p>“Blogs”: bajo esta denominación y formato, el sitio web propone una serie de espacios de opinión a cuatro conductores de la programación de la emisora: "Cultura Fresca", "Competencia", "Columna de política" y "La Mañana". En cada sección es posible acceder a distintos artículos de opinión, sobre temáticas variadas. Tres secciones contienen artículos publicados únicamente en formato escrito, mientras que sólo el espacio "La Mañana" presenta las columnas en formato de audio y texto.</p> <p>http://www.continental.com.ar/blogger.s.aspx</p>
Secciones o Informes especiales	<p>SI</p> <p>“Especiales”: desde la sección “archivo” es posible acceder a diferentes informes temáticos en audio (<i>on demand</i>, con duración variable), acompañados con una breve nota periodística de semblanza en formato de texto escrito y una imagen ilustrativa. Son publicados periódicamente. La mayoría de los informes son producidos en formato de documental radiofónico, en los que se conjugan recursos como entrevistas, testimonios, archivos sonoros, fragmentos musicales, efectos de sonido, entre otros. Los informes presentan variados abordajes: historiográficos, investigación periodística, opinión, semblanza, entre otros.</p> <p>“Investigación Nacional”: desde la página de inicio de la radio, se accede a una variedad de archivos de audio (<i>on demand</i>) en los que se desarrollan informes de</p>	<p>SI</p> <p>“Sudáfrica 2010”: Sección especial dedicada a la cobertura informativa del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010. En la “<i>portada</i>”, se presentan distintas noticias sobre jugadores, equipos, sedes, o cualquier información relacionada con los preparativos para el mundial. Igualmente desde la página de inicio se puede acceder a las siguientes sub-secciones :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ “<i>Mundial</i>”; ○ “<i>Grupos</i>”; ○ “<i>Históricos</i>”; ○ “<i>Calendario</i>”; ○ “<i>Estadios</i>”; ○ “<i>Multimedia</i>”

	investigación periodística sobre diversas temáticas, bajo la consigna “sabes qué...”. Estos informes se publican periódicamente y se los puede recuperar en la sección archivo.	
Coberturas en tiempo real	NO	NO
Fotogalería	SI “ El Día en Fotos ”: en la página de inicio se presenta una sección rotativa (<i>on demand</i>) con un conjunto variable de fotografías de la actualidad informativa de los últimos días. Cada fotografía se acompaña con un epígrafe que resume el acontecimiento.	NO
Ranking de noticias	SI “ Destacadas ”: en la pagina de inicio, se presenta una sección de las notas más destacadas de la jornada, con enlace al contenido de las mismas. La propuesta de este conjunto de noticias aparenta ser responsabilidad de la emisora.	SI Desde la página de inicio se ofrecen siete opciones de agrupamiento de noticias: “ Lo más oído ”; “ Lo más leído ”; “ Lo más enviado ”; “ Lo más votado ”; “ Notas más comentadas ”; “ Blogs más comentados ”; “ Lo que hay que oír ”. Cada ranking propone agrupamientos en los que se agrupan las noticias más consultadas “del día”, “de la semana” y “del mes”
Emisoras regionales / locales	SI “ Emisoras ”: Sección que posibilita visualizar el listado de las 40 emisoras que conforman el sistema de Radio Nacional Argentina. Accediendo al link de cada emisora, se visualiza información institucional y en algunos casos, un enlace con el sitio web de la emisora regional.	SI “ Diales Cadena Continental ”: en esta sección se accede al listado de radios (nombre, frecuencia en el dial, localidad y provincia) que componen la cadena de emisoras pertenecientes al Grupo Unión Radio, del holding Prisa.
Formatos plurilingües	NO	NO
Blogs	NO	SI

		<p>“Blogs: Dentro de la sección “Opinión” es posible acceder a un conjunto de blogs a cargo de seis conductores de programas de la radio. Cuatro de dichos espacios son opinativos (ver categoría opinión en esta grilla) y dos presentan información general: “Información para jubilados y pensionados” y “Bravo Continental tras bambalinas”.</p>
b) INFORMACIÓN – SERVICIO		
Programación de la Radio	<p>SI “Programación de la Radio Pública”: acceso a la grilla de programación completa de AM 870, Radio Nacional Buenos Aires en su transmisión por antena hertziana. Se detalla información de los programas día por día, con detalle de horarios de emisión y nombre de los respectivos conductores (en algunos casos se especifica también productores, operadores y musicalizadores) http://www.radionacional.com.ar/programacion/</p>	<p>SI El acceso a la programación completa de AM 590, Radio Continental puede realizarse por tres caminos: 1) Links ubicados en barra superior de la página de inicio, 2) Herramienta interactiva de rotación sobre el final de la página de inicio, en la cual se publican nombres de programas y fotografía de su conductor y 3) en la página de inicio ingresando al link “Programas” se despliega un listado con fotografías de cada conductor y también una grilla de programación ordenada por días y horas.</p>
Programación de otras emisoras	<p>SI Desde la sección “Programación”, es posible acceder a la programación de las demás emisoras vinculadas a Radio Nacional Buenos Aires: Nacional Clásica, Nacional Folclórica, Nacional Rock y RAE (Radiodifusión Argentina al Exterior).</p>	NO
Pronóstico meteorológico	<p>SI “Clima”: ubicada en la página de inicio, posibilita acceder a información del estado actual del tiempo y a un pronóstico meteorológico básico extendido a 2 días, entre 33 localidades argentinas.</p>	NO
Transp. público	NO	NO
Program.	NO	NO

TV		
Carteleras de espectáculos	SI <p>“Agenda”: Desde la página de inicio o en la sección “agenda”. Se detalla información sobre diversos eventos culturales que se desarrollarán durante la semana en curso: teatro, música y multieventos.</p> <p>http://www.radionacional.com.ar/agenda/</p>	NO
Directorios	NO	NO
Callejeros/ Mapas	NO	NO
Sorteos	NO	NO
c) INFORMACIÓN – OCIO		
Archivos de música / video	NO	NO
Juegos online	NO	NO
Concursos	NO	NO
Horóscopo	NO	NO
Humor	NO	NO
d) INFORMACIÓN INSTITUCIONAL		
Institucional	SI <p>“Institucional”: Sección con información institucional de Radio Nacional Argentina, que se divide en cuatro subsecciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ “<i>Sobre la radio</i>”: detalla información sobre la fundación de la emisora, detalles de propiedad y objetivos generales. ○ “<i>Autoridades RTA</i>”: Detalla los nombres de las autoridades que componen Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, organismo del que depende Radio Nacional Argentina. 	SI <p>“Unión Radio”: link de acceso al sitio del Grupo Unión Radio, del cual depende Radio Continental. Según se publica en su sitio web es “el mayor grupo radiofónico de habla española con más de 24 millones de oyentes y más de 1.250 emisoras entre propias y asociadas distribuidas por España, Estados Unidos, México, Colombia, Costa Rica, Panamá, Argentina y Chile”. A su vez Unión Radio depende del Grupo global PRISA.</p> <p>http://www.prisa.com/areas-actividad/union-radio/</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ “<i>Autoridades RNA</i>”: Detalla los nombres de las autoridades que componen Radio Nacional Argentina, Buenos Aires. ○ “<i>Historia de la Radio</i>”: Brevemente se describen los acontecimientos más relevantes de la historia de Radio Nacional Argentina. <p>http://www.radionacional.com.ar/institucional.html</p>	
Arquitectura del sitio	NO	NO
Información para usuarios / oyentes	NO	SI “ Aviso Legal ”: sección en la que se publican los términos y condiciones que rigen los sitios Web y/o servicios adicionales de Radio Continental y el Grupo Unión Radio.
Información para anunciantes	NO	SI “ Publicidad en Internet ”: desde la página de inicio se accede a “Especificaciones de pauta”, ventana donde la emisora detalla distintas alternativas comerciales para publicitar en el Home del sitio web o en las páginas internas: <i>banners</i> , <i>patrocinios</i> y ventanas <i>desplegables</i> .

		
SERVICIOS al OYENTE / USUARIO		
a) ADAPTACIÓN DE LOS CONTENIDOS A LAS DEMANDAS / NECESIDADES DE LOS OYENTES USUARIOS		
Personalización	NO	NO
Opciones de portada	NO	NO
Opciones para	NO	SI En todos los artículos periodísticos es

imprimir		posible acceder a una versión para imprimir (sólo texto, sin fotografías).
Ampliar / reducir tamaño de letras	NO	SI Todos los artículos periodísticos cuentan con la posibilidad de ampliar o reducir el tamaño de las letras, con veintiuna alternativas de tamaño.
Opciones para discapacitados	NO	NO
b) RECUPERACIÓN, ALMACENAMIENTO Y/O DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS		
Archivos de Audio	SI “ Archivo ”: La mayor parte de los contenidos del sitio web de Radio Nacional se organiza entorno a esta aplicación. Todo el conjunto de archivos de audio disponibles para el oyente se organiza en 12 categorías temáticas: Entrevistas; Cuentos; Emisoras, Especiales; Auditorio; Política; Radioteatros; Derechos Humanos; Deportes; Cultura; Históricos e Investigación Nacional. http://www.radionacional.com.ar/audios/	SI “ Si te lo perdiste ”: desde este link resulta posible acceder a la sección “ Archivo de Audio ”, un menú con un listado histórico de archivos de audio que reproducen fragmentos de la transmisión en vivo de la radio. En esta sección no se publica información en formato de texto escrito. http://www.continental.com.ar/oir.aspx
Buscador / es	SI “ Buscar ”: En la página de inicio y en la sección “ Archivo ” se ofrece una herramienta para la búsqueda de contenidos introduciendo palabras clave. La búsqueda de contenidos se puede realizar en dos niveles: - “ <i>En RNA</i> ”, explora cualquier tipo de contenido publicado en el sitio web - “ <i>En audio</i> ”, explora específicamente los contenidos en archivo de audio.	SI “ Buscar ”: Desde la página de inicio o desde cualquier sección es posible acceder a una herramienta para la búsqueda de contenidos introduciendo palabras clave. La búsqueda de contenidos se puede realizar en: o <i>Continental.com.ar</i> : presenta los resultados listados y ordenados por fecha. o “ <i>Google</i> ”: opción de búsqueda que presenta resultados de cualquier sitio web, externos a Continental, utilizando el motor de búsqueda Google.
Carpeta personal	NO	NO

Archivos por e-mail	NO	SI Todos los artículos periodísticos cuentan con la posibilidad de enviarlos a un destinatario vía correo electrónico. Opcional: comentario.
Compartir en Redes Sociales online	NO	SI “ Compartir ”: Herramienta disponible en todos los artículos periodísticos que permite compartir la nota a través de cuatro opciones de redes sociales en la web: “Delicious”; “Digg”; “Yahoo Bookmark” y “Menéame”.
Tecnología pull	NO	NO
Contenidos a móviles	NO	SI La emisora ofrece una versión ligera de Continental.com.ar, para acceder desde un celular y desde cualquier lugar del mundo. http://www.continental.com.ar/servicio-cel.aspx
RSS	SI “ RSS ”: archivo ejecutable que se descarga y se instala en la PC. Una vez instalado, envía alertas automáticas al escritorio de la PC con los últimos contenidos de audio y noticias publicados en el sitio web de Radio Nacional.	SI “ RSS ”: servicio de alertas automáticas al escritorio de la PC con los últimos contenidos de noticias y audios publicados en el sitio web de Radio Continental.
Barra de navegación	NO	NO
Otros	NO	SI “ Llevalo ”: desde esta sección o desde cada archivo de audio con dispositivo <i>on demand</i> es posible acceder a un servicio mediante el cual el usuario puede trasladar el componente de audio a una Página Web o a un Blog personal. http://www.continental.com.ar/llevar.aspx?id=807471
c) SERVICIOS COMERCIALES		
Publicidad	NO	SI

		En las distintas páginas web del medio se encuentran diferentes formatos de publicidad <i>online</i> que enlazan con los sitios de los respectivos anunciantes.
Tienda virtual	NO	NO
Promociones	NO	NO

	
---	--

ÁREAS de PARTICIPACIÓN de OYENTES

Contacto con la radio	<p>SI</p> <p>Es posible tomar contacto con la radio mediante correo electrónico, en tres niveles:</p> <p><i>“Contacto”</i>: Desde la página de inicio se accede a una herramienta que permite enviar mensajes por correo electrónico interno a la emisora (en general). La herramienta presenta campos que el usuario debe completar (nombre, ciudad, e-mail, teléfono, mensaje) y al final cuenta con un botón para “enviar”.</p> <p><i>“Con los programas”</i>: Desde la sección “Programación” es posible acceder a la dirección de correo electrónico de los conductores o responsables de cada programa.</p> <p><i>“Con las autoridades”</i>: Desde la sección</p>	<p>SI</p> <p>Es posible tomar contacto con la radio mediante correo electrónico, en tres niveles:</p> <p><i>“Contacto”</i>: Desde la página de inicio se accede a una ventana pop up que permite enviar mensajes por correo electrónico interno a tres departamentos de la emisora: área comercial, área de contenidos y área técnica. La herramienta presenta campos que el usuario debe completar (nombre, e-mail y mensaje) y al final cuenta con un botón para “enviar”.</p> <p>También desde la sección “contacto” es posible acceder a la dirección de correo electrónico o enviar un correo de voz vía teléfono celular a los responsables de cada programa de la emisora.</p> <p>http://www.continental.com.ar/contacto.aspx</p>
------------------------------	--	---

	“Institucional” es posible acceder a la dirección de correo electrónico de cada miembro del grupo de autoridades de la radio.	
Entrevistas online	NO	NO
Foros	NO	NO
Charlas	NO	NO
Cartas de oyentes	NO	NO
Comentarios de oyentes	NO	SI “ Comentarios ”: en todas notas periodísticas, el medio habilita la opción para que los oyentes / usuarios puedan escribir sus comentarios respecto a la información tratada. El comentario aparece luego publicado en la parte inferior de la noticia, posterior a un filtro de control según “normas de uso” por parte del medio.
Debates	NO	SI “ Tema del día ”: en esta sección, la emisora propone un tema a partir de alguna noticia diaria y abre un espacio exclusivo para que los oyentes / usuarios puedan debatir, utilizando la herramienta “comentarios”. En este espacio no interviene ningún profesional de la emisora.
Votaciones / Encuestas	NO	SI Cada noticia cuenta con la opción “ vote ”, una herramienta a partir de la cual el oyente / usuario puede calificar el artículo, eligiendo desde una a cinco estrellas.

	 Radio Nacional La Radio Pública	 Continental 40 años Gente de palabra
RECURSOS AUDIOVISUALES y MULTIMEDIA, e HIPERVÍNCULOS		
a) VIDEO Y GRÁFICOS ANIMADOS		
Video on demand	SI “ Video ”: sección en el cual es	SI “ Video ”: sección en el cual es

	<p>posible acceder a una amplia variedad de videos ordenados según dos variantes: por fecha (en agrupamiento mensual) o por categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ “<i>Auditorio</i>”: videos de eventos culturales realizados en el auditorio de Radio Nacional. ○ “<i>Institucional</i>”: videos promocionales televisivos de los distintos programas de la radio o fragmentos de algunos programas. ○ “<i>Entrevistas</i>”: realizadas a distintas personalidades del ámbito musical. ○ “<i>Especiales</i>”: videos con pequeños documentales e informes especiales puestos al aire en Canal 7, televisión del estado y otras producciones especiales para Radio Nacional. ○ “<i>Programas</i>”: videos de momentos especiales en algunos programas de la radio. 	<p>posible acceder a una amplia variedad de videos y fragmentos televisivos, de diversas temáticas, ordenados en un listado rotativo.</p> <p>http://www.continental.com.ar/video.aspx?id=1299526</p>
Video streaming	NO	NO
Gráficos animados / interactivos	NO	NO
b) ENLACES CON OTROS SITIOS WEB (hipervínculos)		
Diarios	NO	NO
Revistas	NO	NO
Agencias de noticias	<p>SI</p> <p>“Agencia Telam”: es la agencia de noticias estatal de Argentina, fundada en 1945. Provee información periodística a unos 300 abonados.</p>	NO
Radios	NO	NO
Televisiones	<p>SI</p> <p>“Canal 7, La televisión pública”: es la emisora televisiva estatal argentina, con</p>	NO

	cabecera en la ciudad de Buenos Aires. “TeleSUR”: La Nueva Televisora del Sur. Cadena pan-latinoamericana que transmite en señal abierta y por satélite con sede en Caracas, Venezuela.	
Portales	NO	NO

4. Conclusiones y consideraciones generales

A partir de las categorizaciones pensadas para el relevamiento de contenidos de las radios informativas con plataforma en Internet y su posterior aplicación en los casos de Radio Nacional y Radio Continental, se propone a continuación una serie de consideraciones que pretenden analizar y evaluar las características principales de la oferta de contenidos, servicios y lenguajes específicos de los medios radiofónicos *online* elegidos:

La radio informativa *online* y su actual dependencia de la radio tradicional: a modo de consideración principal, es posible advertir que los sitios web de Radio Continental y Radio Nacional estructuran gran parte del caudal informativo apoyándose fundamentalmente en el modelo programático tradicional de antena; a la que es posible acceder en cada sitio desde el link “señal en vivo” que ejecuta una ventana que permite escuchar la transmisión en directo (modo sincrónico) de la emisora. En la actualidad, las radios analizadas no logran despegar del todo su producto *online* de la tradicional oferta de programación y de contenidos de la radio de antena tradicional. Si bien los sitios web ofrecen otros dos formatos de contenidos informativos en audio, propios de la tecnología web, como “noticias en audio *on demand*” y “noticias en audio *podcast*”, los contenidos que se ofrecen en estos formatos resultan fragmentos grabados de la transmisión en vivo de la emisora.

Ahora bien, en relación a esta oferta de contenidos noticiosos, se podrían marcar algunas fortalezas y debilidades. La principal fortaleza redonda en el aprovechamiento que realizan radio Nacional y Continental de los recursos de audio *on demand* y *podcast* con el objetivo de utilizarlos como soporte que le permite al oyente / usuario complementar, ampliar y recuperar los contenidos informativos puestos al aire en la radio tradicional. De esta manera se aprovecha una transformación fundamental de la

radio *online* distanciándose de la unidireccionalidad del discurso radiofónico tradicional limitado al aparato receptor y le brinda al oyente / usuario el poder de organizar su escucha en función de intereses y tiempos particulares a través del acceso a un catálogo de noticias, estructurado en secciones temáticas específicas. Asimismo, desde cada sitio web de las emisoras se procura romper con la inmediatez y la fugacidad de la difusión tradicional y a través de la sección “si te lo perdiste” (en Continental) y “archivo” (en Nacional), el oyente / usuario puede volver a escuchar fragmentos importantes de la programación y así tener la posibilidad de realizar una revisión, o mejor dicho una re-escucha, de contenidos noticiosos; una capacidad antes limitada exclusivamente a los productos gráficos.

Por otra parte, se podría marcar como una debilidad (quizás temporal), el hecho de que las emisoras no aprovechen las potencialidades que le brinda la plataforma en Internet para proponer productos periodísticos sonoros específicos para la web: producciones creativas en audio, recuperación de géneros especializados como el reportaje o los informes de investigación, entrevistas en profundidad, entre otros.

Similitudes con las propuestas de los diarios *online*: los diarios y periódicos no sólo fueron los primeros constructores del periodismo desde sus inicios sino también, en la actualidad, liberados por Internet de las constricciones del tiempo y el espacio, están reconstruyendo el periodismo y marcando la tendencia a seguir por otros medios como las radios informativas *online*. En este sentido, puede observarse en los sitios web de radio Nacional y Continental una marcada similitud con los diarios *online* en aspectos tales como presentación, tratamiento y formato de las noticias. La mayor parte de las noticias que se publican en las plataformas web de Nacional y Continental se presentan en formato escrito con características de redacción y diagramación similares a los diarios *online*: una versión resumida de la nota, con título, cabeza de noticia y fotografía, con un enlace al desarrollo completo de la noticia. Además, se ofrecen otros formatos de presentaciones como ranking de noticias, secciones temáticas, columnas de opinión, fotogalerías, indicadores económicos y otros originalmente propuestos desde plataformas de diarios digitales. La única diferencia que se podría marcar respecto a los diarios *online* es que en los sitios radiofónicos analizados el 90% de los artículos periodísticos cuenta con la posibilidad de acceder a un archivo de audio *on demand*, cumpliendo a su vez distintas funciones: complemento de la nota con un testimonio de fuentes informativas; fragmento de la transmisión en vivo de la radio; entrevistas a

partir de las cuales se produce el artículo periodístico, crónica de los acontecimientos noticiables, entre otras.

La inclusión de los blogs: como afirma Mar de Fontcuberta (2006), la aparición del fenómeno de los blogs (páginas web de personas que publican sus propias noticias y comentarios, de manera libre y gratuita) ha supuesto un cambio fundamental en la interacción, en principio, entre los diarios *online* y su público. Los blogs tuvieron tanta injerencia que los distintos medios informativos *online* (diarios) tuvieron que tomarlos en cuenta, hasta el punto de tener que incluirlos como parte de su oferta de contenidos informativos. Sin embargo, en la actualidad puede advertirse que tanto diarios como algunas radios informativas *online*, entre ellas Continental, le dan el nombre de blog a las tradicionales columnas de opinión a cargo de periodistas del propio medio. Siguiendo esta tendencia, en el sitio web de radio Continental se denomina y se da el formato de blog a una serie de espacios de opinión a cargo de cuatro conductores de la programación de la emisora. En cada sección se puede acceder a una variedad de artículos publicados, algunos únicamente en formato escrito y un blog en particular presenta columnas en formato de audio y texto.

El escaso aprovechamiento de la información / servicio e información / ocio: resulta posible afirmar que los sitios web de radio Nacional y Continental hacen un uso mínimo de las variables contempladas dentro de la categoría “información - servicio”. El contenido de información servicio *online* más aprovechado por ambas emisoras resulta el recurso “programación de la radio”, una sección que permite acceder a la programación completa de la señal en vivo. Por otra parte, Continental ofrece sólo un servicio informativo adicional que brinda “indicadores económicos”, un recurso simple que ofrece información sobre cotización de monedas extranjeras. Por su parte, Radio Nacional, propone un informe meteorológico muy elemental extendido a 2 días entre 33 localidades argentinas, y brinda también una agenda de espectáculos con información sobre diversos eventos culturales que se desarrollarán durante la semana: teatro, música y multieventos.

Por otra parte, la categoría información - ocio, integrada por variables como archivos de música y video, juegos, concursos, horóscopo y humor, se destacó por la ausencia total de contenidos en las propuestas de ambas emisoras analizadas.

El disímil aprovechamiento de los servicios y recursos web: Por una parte, el aprovechamiento que realiza radio Continental de servicios y recursos que posibilita la web resulta bastante importante. En este sentido, en relación a la categoría “adaptación de los contenidos a las demandas / necesidades de los oyentes / lectores / usuarios”, se puede advertir que la web de radio Continental incorpora en todos sus artículos periodísticos las opciones para imprimir la nota y la posibilidad de ampliar o reducir el tamaño de las letras; recursos también utilizados en muchos diarios *online*. En esta categoría, Radio Nacional no presenta ningún recurso.

En relación a los servicios de recuperación de contenidos, ambas emisoras presentan recursos similares. Como se mencionó anteriormente, en la sección “si te lo perdiste” de Continental y “archivo” de Nacional, se pone a disposición del oyente / usuario un completo archivo de audio, dispuesto en un menú con un listado histórico de fragmentos de las emisiones en vivo de la radio. Otra manera de recuperar artículos y archivos de audio es a través del “buscador”, una herramienta que permite explorar contenidos específicos a partir de la introducción de palabras clave.

Ahora bien, en relación a la distribución de contenidos de audio y texto, el sitio web de radio Continental presenta un mejor aprovechamiento en relación a radio Nacional, ya que propone en cada artículo periodístico la alternativa para enviar el archivo por e-mail o compartirlo a través de un conjunto de redes sociales en la web; asimismo ofrece una versión liviana del sitio web de Continental para acceder desde un teléfono móvil, estos servicios no están disponibles en la plataforma de la radio estatal. Sin embargo, el servicio RSS está disponible en ambas emisoras para que los oyentes / usuarios puedan recibir alertas automáticas en el escritorio de la computadora o dispositivo móvil con los últimos contenidos de noticias y audios publicados en la web.

Finalmente, resulta importante resaltar un interesante recurso de distribución de contenidos que ofrece radio Continental *online* bajo la denominación “Llévatelo”. Desde esta sección, o desde cualquier archivo de audio con dispositivo *on demand*, es posible acceder a un servicio mediante el cual el oyente / usuario puede trasladar el componente de audio a una Página Web o a un Blog particular.

Alternativas de participación de los oyentes / usuarios: Tanto radio Nacional como Continental comparten la alternativa del correo electrónico como medio de participación

y contacto con los oyentes / usuarios de las emisoras. Sin embargo, a diferencia de Nacional que no ofrece otra alternativa de contacto, radio Continental ofrece tres variantes de participación de los oyentes que de alguna manera marcan una diferencia novedosa en relación las tradicionales formas de presencia del público radiofónico. Por un lado, la inclusión de un área para “comentarios de oyentes”, una herramienta presente en todas las notas periodísticas que permite que los oyentes / usuarios puedan escribir sus comentarios respecto a la información tratada. Cada comentario aparece publicado luego en la parte inferior de cada noticia. Este recurso de participación también resulta “importado” de los diarios *online* y no es muy común todavía en el resto de las radios informativas *online*. Otro recurso novedoso de participación resultan los “debates” *online*, una alternativa que complementa y potencia el servicio de “comentarios de oyentes”. En este sentido, radio Continental cuenta con una sección en la web en la que propone el “tema del día”, a partir de alguna noticia de interés y abre un espacio exclusivo para que los oyentes / usuarios puedan opinar y debatir utilizando la herramienta “comentarios”. En esta sección no interviene ningún profesional o conductor de la radio. Finalmente, el área de “votaciones” permite que cada oyente / usuario pueda calificar el artículo periodístico a partir de un sistema de calificación de “cinco estrellas”.

Sin embargo, resulta necesario remarcar que estos recursos de participación que ofrece la versión *online* de radio Continental no aprovechan todavía las posibilidades de interacción que brindan otras alternativas de interactividad de las tecnologías de Internet, como entrevistas online, foros interactivos, chats, consultorios online, entre otros.

La insipiente de lo audiovisual y multimedia en la radio: por último, la inclusión de componentes audiovisuales y multimedia, otrora incompatibles con el mundo radiofónico, tienen desde ya una insipiente presencia en los casos de radio Nacional y Continental. El recurso “video *on demand*” ocupa una sección específica que posibilita el acceso a una amplia variedad de videos y fragmentos televisivos de diversas temáticas. Sin embargo, otro tipo de recursos audiovisuales, como gráficos animados, recursos interactivos o enlaces con otros sitios webs, no tienen presencia aún en los sitios web analizados.

A modo de cierre, y en relación a la metodología de observación y análisis, resulta oportuno remarcar la imposibilidad de dar por concluida la construcción de la herramienta analítica y, por consiguiente, reconocer la mayor o menor posibilidad de desactualización de las categorías y variables. Esto implica, en términos de investigación, la necesidad de desarrollar una permanente tarea de observación y análisis de los contenidos de las radios informativas *online*, a fin de no perder de vista las reestructuraciones e innovaciones que se desarrollan en el ámbito, como también sus consecuentes transformaciones en las prácticas productivas del periodismo y sus potenciales implicancias en las formas de consumo por parte de la sociedad.

Por otra parte, está notoriamente demostrado que Internet modificó las maneras con que se informan las personas y produjo desplazamientos en los roles y funciones tanto de los medios de comunicación como de los públicos / usuarios. Este escenario modifica radicalmente el panorama de los medios de comunicación y en particular de la radio informativa. El gran interrogante que surge es si la radio informativa *online* logrará personalizar y adaptar la información a las nuevas necesidades, renovar su lenguaje radiofónico y así aprovechar de manera óptima la interactividad, autoservicio y demás recursos que plantea el escenario digital de Internet a fin de no relegar la amplia capacidad de penetración social con la que contaba tradicionalmente.

Bibliografía:

- Albornoz, L. A. (2007). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*. Buenos Aires: La Crujía,
- Alsina, M. R. (1989). *La construcción de la noticia*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Bustamante, E. (coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Bonet Bagant, M. (2007). "Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un negocio analógico", en *Revista Telos*, núm. 73, octubre-diciembre de 2007, Fundación Telefónica de España, Madrid.
- Cebrian Herreros, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- Fontcuberta, M. y Borrat, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Franquet, R. (2003). "La radio ante la digitalización: renovarse en la incertidumbre", en Bustamante, E. (coord.). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Mata, M. C. y Scarafia, S. (1993). *Lo que dicen las radios*. Quito: Aler.

Orihuela, J. (2002). “Nuevos paradigmas comunicativos en la era de Internet”, en *Revista Chasqui*, Núm. 77. Quito.

Wolton, D. (2000). *Sobrevivir a Internet. Conversaciones con Oliver Jay*. Barcelona: Gedisa.

¹ Claudio Guillermo Avilés Rodilla, es argentino, licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Es becario de postgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y cursa el Doctorado en Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Es docente en la Universidad Católica de Santiago del Estero y miembro investigador de dos proyectos de investigación de la Secretaría de Ciencia y Técnica y Estudios Regionales (SeCTER) de la Universidad Nacional de Jujuy. Correo electrónico: claudioaviles@conicet.gov.ar

² Para consultar las categorías y grillas originales desarrolladas por Luis Albornoz, remitirse al libro ALBORNOZ, L. A.: *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*. La Crujía, Buenos Aires, 2007.