




INVESTIGACIÓN

<http://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e684>

Recibido: 17/12/2021 --- Aceptado: 27/05/2021 --- Publicado: 14/06/2021

DOS DÉCADAS DE RADIO UNIVERSITARIA EN ESPAÑA (2000-2020) LA REINVENCIÓN DEL MEDIO COMO PROYECTO EDUCATIVO EN UN ENTORNO DIGITAL

TWO DECADES OF UNIVERSITY RADIO IN SPAIN (2000-2020) THE REINVENTION OF THE MEDIA AS AN EDUCATIONAL PROJECT IN A DIGITAL ENVIRONMENT

   **Carmen Marta Lazo**¹: Universidad de Zaragoza. España
cmarta@unizar.es

  **Jacinto Gómez López**: Universidad Complutense de Madrid. España
jacintog@ucm.es

  **Ana Segura Anaya**: Universidad de Zaragoza. España
asegura@unizar.es

Miguel Ángel Ortiz Sobrino: Universidad Complutense de Madrid. España
maortiz@ucm.es

Cómo citar el artículo:

Marta Lazo, C., Gómez López, J., Segura Anaya, A. y Ortiz Sobrino, M. Á. (2021). Dos décadas de radio universitaria en España (2000-2020) la reinención del medio como proyecto educativo en un entorno digital. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 145-162. <http://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e684>

RESUMEN

La radio universitaria ha experimentado en las dos primeras décadas del siglo XXI un importante proceso de expansión y desarrollo en España. Este impulso se debe a la progresiva apertura de facultades y grados de comunicación en las universidades españolas, pero también el cambio tecnológico y las posibilidades que Internet y las nuevas propuestas que ofrece. En este trabajo analizamos el camino recorrido por las radios universitarias españolas en los últimos veinte años a través de cuatro aspectos fundamentales: las propias emisoras, su creación, desaparición o consolidación, el tipo de gestión y grado de participación en ellas de los alumnos, la programación que ofrecen y el uso de las redes sociales. Este análisis nos permitirá determinar cómo el

¹ **Carmen Marta Lazo**: Catedrática de Periodismo de la Universidad de Zaragoza.
cmarta@unizar.es

uso de la radio en la educación universitaria se consolida como aspecto fundamental en la formación de futuros periodistas capaces de manejar no solo los recursos técnicos sino de hacerlo con criterio periodístico y responsabilidad.

PALABRAS CLAVE: Radio – *online* – Internet – dial infinito – educación – aprendizaje

ABSTRACT

University radio has undergone an important expansion and development process in Spain in the first two decades of the 21st century. This impulse is due to the progressive opening of communication faculties and degrees in Spanish universities, but also technological change and the possibilities that the Internet and the new proposals it offers. In this paper we analyze the path traveled by Spanish university radio stations in the last twenty years through four fundamental aspects: the stations themselves, their creation, disappearance or consolidation, the type of management and degree of participation in them by the students, the programming they offer and the use of social networks. This analysis will allow us to determine how the use of radio in university education is consolidated as a fundamental aspect in the training of future journalists capable of handling not only technical resources but also with journalistic criteria and responsibility.

KEY WORDS: Radio - online - Internet - infinite dial - education - learning

DUAS DÉCADAS DE RÁDIO UNIVERSITÁRIA NA ESPANHA (2000-2020) A REINVENÇÃO DO MEIO DE COMUNICAÇÃO COMO PROJETO EDUCATIVO EM UM ENTORNO DIGITAL

RESUMO

A rádio universitária tem experimentado nas duas primeiras décadas do século XXI um importante processo de expansão e desenvolvimento na Espanha. Este impulso se deve a progressiva abertura de universidades e graduações de comunicação nas universidades espanholas, mas também a mudança tecnológica e as possibilidades que a internet e as novas propostas oferecem. Neste trabalho analisamos o caminho percorrido pelas rádios universitárias espanholas nos últimos vinte anos através de quatro aspectos fundamentais: as próprias emissoras, sua criação, desaparecimento ou consolidação, o tipo de gestão e o grau de participação nelas dos alunos, a programação que oferecem e o uso das redes sociais. Esta análise permitirá determinar como o uso da rádio na educação universitária se consolida como aspecto fundamental na formação de futuros jornalistas capazes de lidar não somente com os recursos técnicos mas também fazer isso com critério jornalístico e responsabilidade.

PALAVRAS CHAVE: Rádio – *online* – Internet – dial infinito – educação – aprendizado.

1. INTRODUCCIÓN

El 28 de noviembre de 2011 se firmaba en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, el Acta Fundacional de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU). El propósito de esta asociación, que nacía del acuerdo de 22 emisoras universitarias era intercambiar experiencias, contribuir al desarrollo de la educación y desarrollar nuevos métodos de trabajo, apoyar la investigación sobre medios audiovisuales y contribuir a la formación de recursos humanos en las radios universitarias. Fruto de ese acuerdo, diez años después, son numerosas las publicaciones académicas sobre radios universitarias, congresos y encuentros y un interesante campo de trabajo que ha ido creciendo e incorporando desde intercambios de experiencias a proyectos europeos. También ha crecido en miembros e incorporaciones de nuevas emisoras universitarias que en los últimos años se han creado en distintas universidades españolas en las que se han implantado grados en Periodismo o Comunicación.

El desarrollo de ARU no es sino la muestra palpable de cómo el ecosistema de las radios universitarias ha experimentado a lo largo de las dos primeras décadas del siglo XXI, un desarrollo extraordinario de la mano de dos factores fundamentales: la eclosión de nuevas facultades y grados de periodismo y comunicación públicas y privadas y el desarrollo tecnológico y las facilidades de producción y emisión que trae consigo. Superado el debate sobre la naturaleza de las emisiones en Internet, hacer radio es hoy más fácil y barato que nunca. La radio sigue teniendo infinitas posibilidades de expresión y creación y un atractivo indudable para los más jóvenes, al tiempo que constituye un recurso didáctico de gran valor para los docentes.

En este trabajo nos proponemos analizar cómo en los últimos 20 años ha cambiado la radio universitaria española. Cómo han nacido nuevas emisoras, han crecido, se han consolidado o desaparecido, qué tipo de programación ofrecen, cómo emiten y de qué forma han incorporado a sus rutinas las redes sociales. Este análisis nos permitirá determinar cómo el uso de la radio en la educación universitaria se consolida como aspecto fundamental en la formación de futuros periodistas capaces de manejar no solo los recursos técnicos sino de hacerlo con criterio periodístico y responsabilidad.

2. LA RADIO COMO RECURSO PARA LA EDUCOMUNICACIÓN

Aunque el término 'educomunicación' es polisémico, algunos autores lo han identificado como una educación en medios o una adquisición de competencias comunicativas por parte de los estudiantes y docentes (Chiappe Laverde y Arias Vallejo, 2016; Rodríguez García, 2016). El término está directamente relacionado con la web 2.0 que ha permitido reforzar las capacidades de estudiantes y profesores de compartir mensajes producirlos y difundirlos para promover un cambio social y un nuevo paradigma educativo, aprovechando los bajos costes de producción propiciados por las TIC (Durán Becerra y Tejedor Calvo, 2017). En este sentido, son varios los autores que han aludido al potencial de la radio como medio educativo, tanto por su lenguaje y características comunicativas como por su bajo coste de producción y fácil distribución de sus contenidos a través de Internet y otras de plataformas digitales.

Así lo han puesto de manifiesto, entre otros, Martínez Piñero (2010), Martín-Pena, Cuellar-Parejo y Vivas (2018), Martín-García, Marta-Lazo y González-Aldea (2018). Comenta Martínez Piñero (2010) que la irrupción de Internet y la posibilidad de transmitir a través de las TIC de forma sencilla y económica, ha provocado cambios importantes en la proliferación de actividades radiofónicas en los centros escolares. Alude la autora a la experiencia *XTEC Radio*, llevada a cabo en Cataluña, cuyos resultados pusieron de manifiesto que la radio escolar es –además– una motivación excelente para el alumnado. Al ser emitida por Internet, su ámbito de relación por excelencia, facilita el trabajo al profesorado para con las capacidades comunicativas de sus alumnos. Viene a coincidir esta investigadora con otros que opinan que la radio es el medio que mayor fuerza educativa posee, el que de mejor forma puede ser introducido en el aula y el que mayor capacidad de integración curricular tiene: sobre todo, porque es el medio tecnológico más accesible y económico, ofrece una forma de trabajo colaborativa y dota al estudiante de una capacidad de autoaprendizaje (Martín-Pena, Cuellar-Parejo y Vivas, 2018).

Durante la última década, la navegación a través de Internet, el uso de los *social media*, la escucha de radio, el acceso a la televisión y al periodismo digital, se han convertido en actividades generalizadas entre la ciudadanía. La consecuencia directa de esa actividad ha sido el gran impacto que este tipo soportes de comunicación tienen sobre la población y el papel intermediario entre el individuo y la realidad. Dicen Aguaded y Martín-Pena (2013) que hoy nadie duda del importante papel educativo que han adquirido los medios audiovisuales en general, y en particular la radio, como fuente de enseñanza y aprendizaje para la población. Sostienen estos autores que el medio radiofónico como plataforma para entretener, informar y educar, constituye una fuente propicia para educar y formar las capacidades auditivas y la expresión oral de los oyentes, además de fomentar su actitud crítica.

Martín Pena, Cuellar Parejo y Vivas (2018) han reclamado la vocación educomunicativa de la radio y la necesidad de que este medio de comunicación colabore en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, de tal manera que permita al estudiante disfrutar de un tipo de experiencia sensorial más atractiva, y probablemente más eficaz, que la que le ofrece la enseñanza clásica lineal a través de documentos bibliográficos. En este sentido, dicen estos investigadores, que la radio es el medio que mayor fuerza educativa y el de mayor capacidad de integración curricular tiene, especialmente si se tiene en cuenta su accesibilidad y las posibilidades de trabajo colaborativo y auto aprendizaje que ofrece. Este escenario y esta manera de entender el binomio media/educación es lo que ha propiciado que desde la comunidad científica se haya acuñado el concepto ‘educomunicación’, como una simbiosis entre la escuela, los centros educativos y la educación formal o la formación no reglada. Así lo pone de manifiesto, por ejemplo, el maridaje entre la divulgación científica y la radio, tanto en el contexto escolar como en el ámbito universitario.

Dice Ponce (2017) que las radios universitarias pueden ser herramientas para la educomunicación, entendiendo por ésta una disciplina que abarca el estudio de dos áreas de conocimiento que tradicionalmente han estado bien diferenciadas, la Educación y la Comunicación. El surgimiento de radios educativas primero y de las

emisoras universitarias después, al servicio de comunidad universitaria y de la sociedad en general, ha supuesto que estas estaciones realizaran ese papel que no estaban desempeñando otros medios convencionales. Desde esa perspectiva, Ponce se hace eco de las tesis de Marta-Lazo y Segura en el sentido de que:

“El medio radio ha desempeñado una importante función educativa a lo largo de su historia, desde sus comienzos como arma propagandística, pasando por sus fines comunitarios y llegando a sus usos pedagógicos en el ámbito de la educación formal, desde los primeros niveles académicos hasta la enseñanza superior universitaria. (Marta-Lazo y Segura, 2011: 354)”

Por su parte, desde la perspectiva del factor relacional, Martín-García, Marta-Lazo y González-Aldea (2018: 53) apuntan que “la utilización de una radio universitaria es extensible a todos los estudiantes de un campus, pertenezcan a la carrera a la que pertenezcan. Acercándose a ella pueden entender mejor los medios, saber cómo funcionan y aprender habilidades que les van a servir en su vida académica e, incluso, en sus relaciones interpersonales”.

2.1. La radio educativa en España

La radio como recurso educativo aparece en España en los años 40, mucho más tarde que en América Latina, Estados Unidos o Centroeuropa. Será Radio Barcelona, pionera en las emisiones radiofónica, la primera en incluir en su programación contenidos puramente educativos producidos en colaboración con el Instituto Pedagógico Municipal de Barcelona. A esta primera iniciativa, que responde a las necesidades de un país devastado tras la Guerra Civil y cerrado a Europa, donde se libra otra guerra, se irán sumando otras propuestas de Radio Nacional de España, Radio Popular, Cadena Azul de Radiodifusión o La Voz de Madrid. (Marta-Lazo & Segura Anaya. 2014)

Veinte años más tarde, el régimen franquista, consciente de las posibilidades de un recurso ya ampliamente implantado en la sociedad, crea en 1962 el Bachillerato Radiofónico, que se emite a través de Antena 3 y Radio Reválida. Meses más tarde y mediante decreto ley 1181/1963 del 6 de mayo, nace el Centro Nacional de Enseñanza Media por Radio y Televisión, que dependerá del Ministerio de Educación bajo la supervisión, en lo que a los contenidos se refiere, del Ministerio de Información y Turismo. Este Centro Nacional de Enseñanza Media por Radio y Televisión será rebautizado en varias ocasiones, de manera que en 1968 se conoce como el Instituto Nacional de Enseñanza a Media Distancia y en 1975 se convierte en el conocidísimo INBAD, donde alumnos de toda España cursan a distancia los grados de BUP y COU.

Este modelo de educación a través de la radio se completa en 1979 con el CENEBAD, destinado a la enseñanza básica, EGB y unos años antes, en 1972, con la creación, mediante decreto ley de la UNED, la Universidad Nacional de Educación a Distancia, que desde el principio explora y aprovecha las vías de difusión y el alcance que le ofrecen los medios públicos, RNE y TVE.

No es hasta 1987 cuando aparece, ya en plena democracia y por impulso de los alumnos y no de la universidad, la primera radio universitaria Radio La Laguna en Tenerife. Serán los alumnos del Colegio Mayor San Fernando los que pongan en marcha la que se considera primera iniciativa universitaria en el campo de la radio. Casi diez años después, en el curso 1996-1997 nace la de Salamanca, que no contará con programación estable hasta el año 2001. Entre 1995 y 2000 se crearán también las radios universitarias de León, A Coruña, Navarra, Complutense y Autónoma de Madrid y todas ellas coinciden en dos problemas, la falta de una licencia que les permita emitir legalmente y el coste económico de mantener una infraestructura mínima.

Martín-Pena (2013, 2014) diferencia tres etapas de desarrollo de las emisoras universitarias en España:

Fase 1 (aparición e inicio de las ocho primeras experiencias), que cronológicamente llega a finales del siglo XX y que muestra un desarrollo tardío y lento, aunque contempla el nacimiento de algunas de las emisoras universitarias históricas españolas, como es el caso de Radio Complutense, Radio Universidad de Salamanca o la 98.3 Radio.

Fase 2 (consolidación y expansión del fenómeno), en los primeros diez años del siglo XXI, cuando se abren alrededor de quince nuevas emisoras, gracias a la apertura de nuevas facultades de comunicación, pero también, al desarrollo de Internet, las nuevas tecnologías de la comunicación y el trabajo en red.

Fase 3 (replanteamiento y unión del fenómeno), que se desarrolla en la segunda década del siglo XX y coincide con el nacimiento de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU), la primera iniciativa de éxito de unión a gran escala de radios universitarias españolas. Paralelamente, se siguen creando nuevas universidades públicas y privadas en distintas provincias españolas y con ellas nacen, ya exclusivamente en Internet, nuevos proyectos radiofónicos universitarios.

Será pues, en el entorno de 2010 cuando comience a vivirse en España el primer gran despegue de la radio universitaria cuando, con la confluencia de circunstancias entre la apertura de nuevas universidades y facultades de comunicación y el desarrollo de Internet y nuevos soportes técnicos, creen la atmósfera perfecta para que esta gran eclosión tenga lugar. Así, a principios de la segunda década de siglo XXI, el mapa de las emisoras universitarias en España se amplía hasta alcanzar las 25, que representan una tercera parte de las 70 universidades públicas y privadas existentes en nuestro país. (Marta-Lazo y Segura-Anaya, 2014). A partir de entonces y hasta 2020, marco que determina nuestra investigación, el número de proyectos radiofónicos en universidades españolas seguirá creciendo hasta alcanzar los 35 que en la actualidad permanecen en funcionamiento.

Las radios universitarias desarrollan una labor múltiple que de una u otra manera afecta a distintos ámbitos de la universidad. En primer lugar, es una vía para dar a conocer la actividad de la propia institución entre los mismos miembros, la comunidad en la que está implantada y el público en general. Por otra parte (Marta Lazo & Segura-Anaya, 2014), "es una forma de atender a la manera en que los estudiantes

universitarios interpretan la realidad social y el mundo actual, y ofrecer esta dimensión a los ciudadanos. Además, puede convertirse en un laboratorio de experimentación de formatos y géneros por parte de los estudiantes de titulaciones relacionadas con la Comunicación, tales como el Periodismo, el campo Audiovisual o la Publicidad y Relaciones Públicas. Así mismo, no hay que olvidar la faceta de traslación de las fuentes del saber a través de la radio, mediante la emisión de programas de carácter más pedagógico. Y, por último, los espacios de carácter puntual en los que se acerca a la audiencia algún acontecimiento o evento que se celebra en el seno de la Universidad”.

3. DIEZ AÑOS DE NUEVA RADIO UNIVERSITARIA DIGITAL EN ESPAÑA (2010-2020)

Aguaded Gómez y Contreras Pulido (2011: 6), destacan que “una de las características y objetivos fundamentales de las emisoras universitarias debe ser acercar la institución superior –históricamente considerada como un espacio reservado a la élite intelectual-, a la sociedad, dándola a conocer a conocer, explicando y, si se quiere, ‘humanizando’ sus actividades. Pero esto no debe ser óbice para que esos contenidos se alternen con otros dedicados a la divulgación en otras muchas cuestiones”.

A ese objetivo, se suma un segundo fundamental, aprovechar todo el potencial didáctico que la radio tiene como laboratorio de aprendizaje y campo de prácticas para los alumnos que estudian titulaciones de Comunicación. “Para un estudiante de Comunicación conocer las reglas de juego resulta, en algunos casos, decisivo; no solo porque se amplíen los contactos, las relaciones y las fuentes hasta extremos insospechados sino porque además se incrementa o disminuye la reputación personal y profesional” (Noguera, Martínez y Grandío, 2011: 11).

Las universidades supieron ver y aprovechar todo el potencial que la radio tenía tras de sí y muchas de las Facultades y Grados de periodismo y comunicación creadas a lo largo del siglo XX han ido incorporando la posibilidad de que sus alumnos encuentren en la radio una fórmula de aprendizaje práctico y colaborativo. En la actualidad, y según muestra la tabla 1, podemos encontrar hasta 35 radios universitarias vinculadas a otras tantas universidades públicas y privadas en España.

¿Cómo son estas radios? ¿Qué emiten? ¿Cómo han ido cambiando y evolucionando? En un estudio realizado entre octubre de 2011 y enero de 2012, se pudo constatar que, de las 25 emisoras existentes en aquel momento, un 38,5% emitían exclusivamente en Internet y un 50% compartían su emisión tanto en FM como en la Red. El *podcast*, aparecía ya como el tipo de emisión más frecuente, por su sencillez en la producción y por los escasos recursos económicos necesarios para su grabación y emisión. El tipo de parrilla mayoritaria era la estructura de mosaico, con espacios de duración breve, del tipo ‘ventanas’ y contenidos fragmentarios y temáticos que dinamizaban el ritmo de la emisión. Los programas, producidos en formato *podcast* eran en su gran mayoría temáticos y con una periodicidad fija y predeterminada. La oferta se completaba con coberturas especiales en momentos concretos y destacados

Marta Lazo, C., Gómez López, J., Segura Anaya, A. y Ortiz Sobrino, M. Á. *Dos décadas de radio universitaria en España (2000-2020) la reinención del medio como proyecto educativo en un entorno digital*

de la vida universitaria y prácticas de los alumnos de contenido curricular. (Marta Lazo y Segura Anaya, 2012: 122-123).

Como puede comprobarse en la tabla 1, desde entonces, quince nuevas radios se han sumado a la lista de las que ya existían y en la actualidad, conviven en activo hasta 35 emisoras universitarias en España.

Tabla 1. Emisoras activas desde 2011 y de nueva creación

	UNIVERSIDAD	NOMBRE EMISORA	ACTIVIDAD
EMISORAS ACTIVAS EN 2011			2020
1	Universidad Complutense de Madrid	Radio Complutense/ Info Radio UCM	ACTIVA
2	Universidad Autónoma de Madrid	UAM Radio	SIN ACTIVIDAD
3	Universidad Camilo José Cela.	Onda Villanueva	SIN ACTIVIDAD
4	Universidad Cardenal Herrera	Radio CEU	SIN ACTIVIDAD
5	Universidad Católica San Antonio de Murcia	iRadio	ACTIVA
6	Universidad de Alcalá de Henares	RUAH. Radio Universitaria de Alcalá	ACTIVA
7	Universidad Politécnica de Alicante	Radio Politécnica	SIN ACTIVIDAD
8	Universidad de Almería	Radio Universidad - UAL	ACTIVA
9	Universidad de Barcelona	eubradio	ACTIVA
10	Universidad de Extremadura	Onda Campus	ACTIVA
11	Universidad de Huelva	Uniradio	ACTIVA
12	Universidad de Jaén	UNI Radio	ACTIVA
13	Universidad de La Laguna (Tenerife)	Radio Campus ULL	ACTIVA
14	Universidad de León	radiouniversitaria.com	ACTIVA
15	Universidad de Navarra	98.3 Radio	ACTIVA
16	Universidad de Salamanca	Radio Universidad	ACTIVA
17	Universidad de Valencia	UV Radio	ACTIVA
18	Universidad de Vigo. Campus Orense	Radio RKO	SIN ACTIVIDAD
19	Universidad de Zaragoza	unizar.es radio	ACTIVA
20	Universidad Europea de Madrid	UEM News	ACTIVA
21	Universidad Jaime I	Vox UJI Radio	ACTIVA
22	Universidad Miguel Hernández	MH Radio	ACTIVA
23	Universidad Nacional de Educación a Distancia	Radio UNED	ACTIVA
24	Universidad Politécnica de Valencia	Radio FI	ACTIVA
25	Universidad Pompeu Fabra	UPF.Ràdio	ACTIVA
EMISORAS DE NUEVA CREACION			2020
26	Universidad de Loyola Andalucía	Radio Loyola	ACTIVA
27	Universidad Nebrija	Media Lab	ACTIVA
28	Universidad de Burgos	UBU Radio	ACTIVA
29	Universidad Pablo de Olavide	Radio Olavide	ACTIVA
30	Universidad de Vic	Uvic Radio	ACTIVA
31	Universidad de Sevilla	Radius	ACTIVA
32	Universidad Europea del Atlántico	UR	ACTIVA
33	Universidad de Valladolid	Radio UVA	ACTIVA
34	Universidad de Alicante	Radio UA	ACTIVA
35	Universidad Autónoma de Barcelona	UAB Campus Media	ACTIVA
37	Universidad CEU San Pablo	Radio LAB	ACTIVA
38	Universidad Rey Juan Carlos	Radio URJC	ACTIVA
39	Universidad de Cantabria	Radio UC	ACTIVA
40	Universidad Oberta de Catalunya	UOC	ACTIVA

Fuente: Elaboración propia

4. SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PARA EL HISTÓRICO PROBLEMA DEL LIMBO LEGAL

El tiempo en el que el acceso a una frecuencia de FM legal por parte de las universidades era el principal quebradero de cabeza, ha quedado atrás ante las posibilidades técnicas que Internet ofrece y el mismo cambio en la forma de consumir contenidos de gran parte de la población en general y de los más jóvenes en particular. En la era del 'dial infinito' (Marta Lazo y Segura Anaya, 2011), las emisoras universitarias aprovechan el potencial que ofrece la 'ciberradio', la opción de producir y distribuir contenidos in necesidad de obtener licencias y el fin de las propias limitaciones espacio-temporales que durante tantos años han condicionado e incluso definido al propio medio.

López-Sánchez (2018, 136) analiza en profundidad el problema de la 'incertidumbre legal' de las radios universitarias y los condicionantes que esto implica en su funcionamiento y entiende que "las emisoras universitarias suponen un modelo diferenciado de hacer radio, debido a sus propias características: el contexto específico de actuación, los agentes que participan en él, las temáticas especializadas que se programan, el perfil de oyentes a los que van dirigidas y la transferencia del conocimiento a la sociedad que permiten estos canales mediante la divulgación de la ciencia y los descubrimientos y hallazgos que se producen en las propias Universidades, como cunas del saber y de la experimentación científica."

Y es que la Ley 7/2010, Ley General de Comunicación Audiovisual de 31 de marzo contempla los modelos y peculiaridades de las radios comerciales y las radios comunitarias, pero no de las universitarias. En su artículo 32.1 establece que "Las entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro, podrán prestar servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro para atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo. En todo caso, dichos contenidos se emitirán en abierto y sin ningún tipo de comunicación audiovisual comercial". Las radios universitarias son evidentemente no comerciales, y su titularidad pública o privada en función de la propia naturaleza de la Universidad en la que se crean. López-Vidales (2015) et al., entienden que se trata de un modelo que convive y comparte espacio en el espectro radioeléctrico y en la red con cadenas comerciales privadas y públicas, bien de carácter generalista o bien especializadas (temáticas), así como también con las radios comunitarias o culturales.

La Ley General de Comunicación Audiovisual deja, sin embargo, un resquicio a las comunidades autónomas para legislar y hasta el momento tres, Cataluña, Valencia y Andalucía, han reconocido a las radios universitarias en el desarrollo autonómico de la norma audiovisual.

Así, Cataluña establece específicamente que "Los servicios de comunicación audiovisual desarrollados por las universidades que se ajusten a los criterios generales establecidos por el presente artículo quedan asimilados a la condición de servicios

prestados sin ánimo de lucro". (art. 70.2 de la Ley 22/2005 de 29 de diciembre). El decreto 4/2017 de enero de la Comunitat Valenciana reconoce que "las universidades públicas podrán acordar la prestación de servicios de comunicación audiovisual. La prestación de este servicio supone que estas, con independencia del modo de gestión, asumen la responsabilidad en la definición de los programas y contenidos emitidos en el cumplimiento de la función de servicio público". Finalmente, Andalucía, en la Ley 10/2018, Audiovisual de Andalucía del 9 de octubre, dedica el artículo 54 al servicio audiovisual en las universidades y centros docentes no universitarios y establece que "podrá atribuir, previa solicitud de su órgano de gobierno, la prestación del servicio público de comunicación audiovisual para la emisión en abierto de canales temáticos educativos y de divulgación cultural a las universidades públicas andaluzas, así como a centros docentes públicos no universitarios".

El 18 de mayo de 2016 y tras una larga pelea con las instituciones para legalizar su frecuencia de emisión, la radio de la Universidad de Navarra, una de las emisoras históricas y con una importante implantación como radio local en Pamplona, cerraba su emisión en FM y se convertía en una radio con emisión exclusivamente en Internet. La dificultad para conseguir una frecuencia en el saturado espectro radioeléctrico español y los altos costes de mantener la señal, hacen que las nuevas emisoras apuesten decididamente por la emisión digital. No obstante, en la actualidad, varias emisoras autonómicas cuentan con frecuencias de emisión en FM y algunas, incluso, con tantas como campus tiene la Universidad. Es por ejemplo el caso de Radio UMH, de la Universidad Miguel Hernández de Elche, que según indica en su página web, emite en pruebas en Elche (99.5FM), Sant Joan d'Alacant (99.5FM), Orihuela (101.30FM) y Altea (105.40). Radio Universitaria, en la Universidad de León tiene dos frecuencias de emisión, en León (106.6FM) y en Ponferrada (105FM).

Radio CEU Cardenal Herrera emite en Valencia en el 107.4FM, en la misma ciudad, la Radio de la Universidad Politécnica de Valencia puede escucharse en el 102.5FM. Uniradio, la radio de la Universidad de Huelva puede escucharse en el 103.6FM, y con el mismo nombre, la de la Universidad de Jaén en el 103.9FM. MH Radio, la radio de la Universidad Miguel Hernández de Castellón tiene emisión estable en el 107.8FM.

La emisión en FM implica la necesidad de mantener una parrilla en activo, una importante capacidad de organización y ejecución por parte de los responsables de la emisora y un compromiso real por parte de los alumnos. Las radios universitarias cuentan con el mínimo personal propio, habitualmente una persona responsable que ejerce de director y, solo en algunas ocasiones un técnico de sonido. En la mayor parte de los casos, estos perfiles comparten, además, la tarea con la docencia u otro tipo de tareas como personal de administración y servicios en la Universidad. Mantener la emisión de forma estable se complica aún más si consideramos el tema del presupuesto y la práctica imposibilidad de hacer frente al pago de derechos por la emisión de contenidos musicales, práctica habitual para completar una programación y dado que en la actualidad las entidades de gestión colectiva no cuentan con tarifas específicas que contemplen la función social y educativa de las radios universitarias. López-Sánchez (2018:169) destaca en sus conclusiones a la dificultad para llevar a la práctica la negociación necesaria entre las entidades de gestión y las radios

universitarias a pesar de la existencia y el esfuerzo de ARU, la Asociación de Radios Universitarias Españolas y el grado de incertidumbre que esta situación genera.

La migración a Internet de las radios universitarias termina con los problemas descritos en los párrafos anteriores y ofrece no solo la cobertura legal, sino la flexibilidad económica y operativa que el FM niega a la radio. Emitir en Internet es infinitamente más barato, flexible y sencillo que hacerlo de forma convencional. Ortiz Sobrino (2011, 47) afirma que “si el *streaming* o la radio a la carta cambiaron no hace mucho tiempo, la forma de entender la distribución de los contenidos sonoros, el *podcasting* representa la primera innovación real en lo que se refiere a la transformación de la radio en su relación con Internet, el móvil o las redes sociales”. Por otra parte y cuando hablamos de radios universitarias como banco de pruebas y aprendizaje, el formato *podcast* permite algo fundamental, que destaca Ponce-López (2016) y es garantizar que lo emitido tiene un mínimo de calidad.

Más allá, el formato *podcast* permite almacenar contenidos producidos mediante programas y recursos gratuitos en red, alcanzar una audiencia global y universal y al mismo tiempo llegar a nichos muy concretos con una oferta de contenidos ajustadas. No es por ello de extrañar que “La oferta de *podcast* en la Red ha crecido de forma exponencial tanto en la cantidad como en diversidad de contenidos, abriendo un abanico amplio de géneros, categorías y temas. Su consumo se ha visto espoleado por la ocupación de nichos de audiencias interesadas en temáticas especializadas, y por el despegue de los dispositivos móviles lectores Mp3 y Mp4, o generales como los móviles y los *smartphones*” (Gertrudix Barrio y García García, 2011: 266).

5. CONSTRUYENDO UN NUEVO MODELO. NUEVAS FORMAS DE ESCUCHA PARA UNA NUEVA PROGRAMACIÓN

En La Radio Universitaria en la Era de Internet (Marta-Lazo & Segura-Anaya. 2014) se reseñan un total de 25 emisoras universitarias. De ellas, un 16% se encontraban inactivas en aquel momento, un 40% emitían exclusivamente en Internet y un 44% compaginaba la emisión en Internet y en FM. Seis años más tarde, crecen sensiblemente el número de emisoras en activo, que apuestan decididamente por Internet y se observa un abandono de la emisión en FM. López-Sánchez (2018, 136) se refiere a la ‘incertidumbre legal’ en la que durante años han vivido las radios universitarias que ha llevado a emisoras que emitían en FM de forma ‘alegal’ han dejado de hacerlo, “bien sea por haber recibido algún aviso de la administración competente en la concesión de frecuencias, o bien por querer evitar esa situación al margen de la ley en la que se encuentran”.

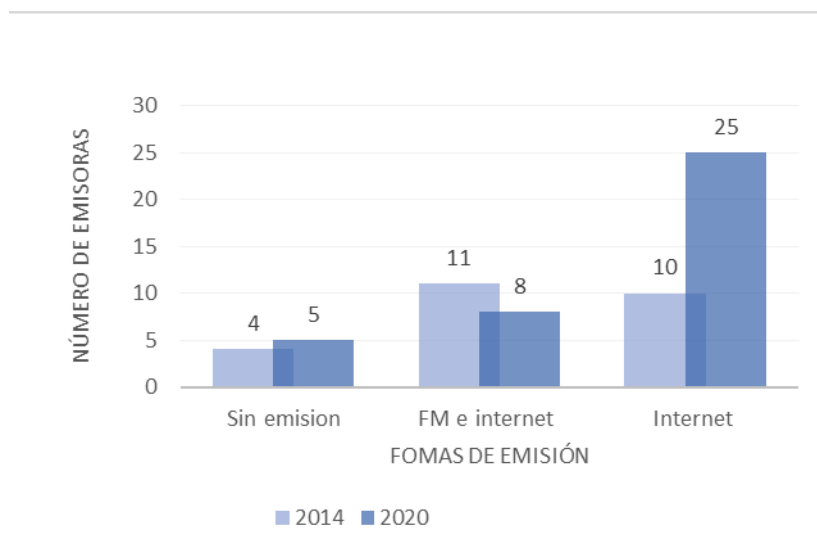


Gráfico 1. Formas de emisión (2014-2020)

Fuente: Elaboración propia

En este punto hay que advertir el caso especial de RADIO UNED, que se contabiliza entre las emisoras que emiten en FM e Internet, a pesar de no contar con una frecuencia asignada propia. Las emisiones se realizan través de los canales de RNE, Radio 5 y Radio 3.

Respecto a las opciones de emisión en Internet, en *streaming* o exclusivamente en *podcast*, en 2014 un 68% de las emisoras ofrecen simultáneamente ambas posibilidades, mientras un 32% limita su oferta a la radio a la carta en formato *podcast*. Seis años más tarde, de las 35 emisoras en activo, 18 compaginan la emisión en directo a través de *streaming*, como puede verse en el Gráfico II.

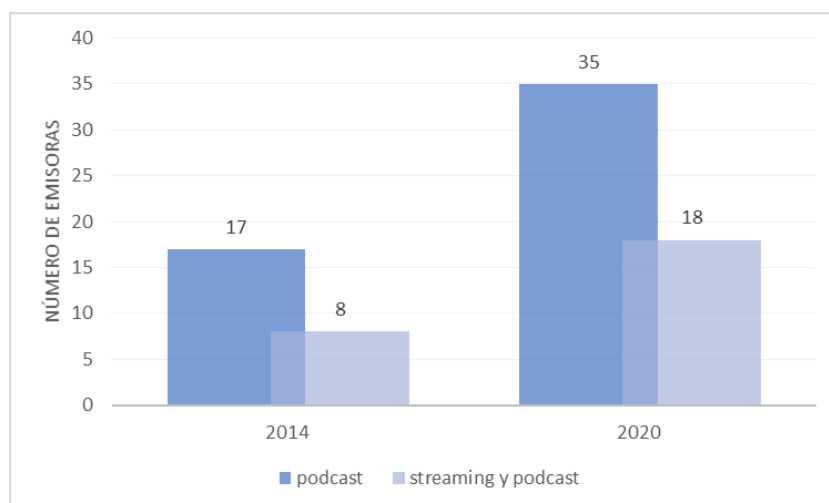


Gráfico 2: Formas de emisión (2014-2020)

Fuente: Elaboración propia

Las emisoras universitarias que nacen con mayor y menor dotación económica y de medios, exploran las opciones de soporte gratuito que Internet ofrece y así, encontramos emisoras que alojan los *podcast* en sus propios servidores y otras que recurren a plataformas como *Ivoox* para su almacenamiento y distribución. El número de emisoras que optan por *Ivoox* duplica a las que optan por alojar los archivos sonoros en sus propias plataformas y aunque el número es muy elevado en el caso de las emisoras más recientes, otras más antiguas han seguido el mismo camino. *Ivoox*, además de soporte ofrece la posibilidad de un acceso universal más amplio entre los usuarios de la plataforma.

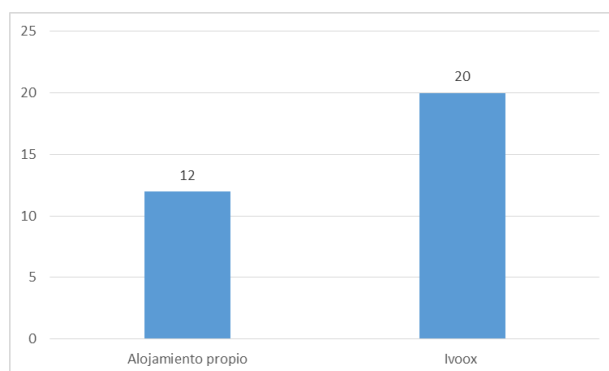


Gráfico 3: Alojamiento de podcast

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los contenidos no hay cambios reseñables respecto al modelo mayoritario vigente en 2014, que exploraba principalmente tres vías, las prácticas regadas de los alumnos, la colaboración de los mismos en programas prediseñados por la dirección del medio y la cesión de horas de emisión en las que los alumnos, profesores y resto de personal universitario y de servicios pueden desarrollar sus proyectos personales. Ya en 2012, Vázquez señala que existen estaciones con distintos propósitos, que van desde las que son un apoyo para las prácticas estudiantiles hasta las que sirven de foro de expresión de la comunidad universitaria, pasando por las que son emisoras de corte más institucional y menos abiertas, a las emisoras que funcionan como laboratorios experimentales de nuevas formas y contenidos. Muchas, abren incluso la puerta a la colaboración de asociaciones, ONG's y colectivos sociales, que encuentran en las emisoras universitarias un altavoz de expresión o denuncia que no les ofrecen la radio comercial Y son estos fines, los que determinan el heterogéneo perfil de los contenidos.

Finalmente, y en lo que se refiere a presencia en redes sociales, Facebook y Twitter siguen siendo las redes sociales más utilizadas por las radios universitarias y solo una mínima parte tiene presencia en YouTube o Instagram, a pesar de que son las redes sociales con mayor número de seguidores de entre 15 a 25 años. En este sentido, es destacable que, mientras todos los proyectos de radio universitaria que reseñábamos en 2014 cuentan con redes sociales propias en Twitter, Facebook o ambas, algunas

de las nuevas radios universitarias no cuentan con redes sociales propias, sino que utilizan para difundir su actividad y contenidos las redes sociales de su Universidad.

6. CONCLUSIONES

El desarrollo tecnológico ha propiciado una 'Edad de Oro' de la radio universitaria en España, que aprovecha los recursos digitales gratuitos o de coste mínimo para desarrollar proyectos radiofónicos vinculados a las Facultades y Grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

El problema del 'limbo legal' en el que operaban muchas de estas emisoras que lanzaban sus contenidos a través de frecuencias de FM sin legalizar, se ha resuelto por dos vías: el desarrollo de normativa en algunas comunidades autónomas, en las que las radios universitarias siguen emitiendo en FM con frecuencias ya legalizadas o el cierre de la emisión convencional y la migración a Internet. En el caso de las nuevas emisoras nacidas en la segunda década del siglo XX, lo hacen directamente en Internet. Todas ellas ofrecen contenidos en formato *podcast*, muchas alojadas en plataformas como *Ivoox* y el 50% mantiene también una emisión en directo mediante *streaming*.

Amparadas en la Asociación de Radios Universitarias Españolas, ARU, que desarrolla una importante labor de coordinación, investigación y promoción de proyectos conjuntos, entre los retos de futuro está el seguir avanzando en un marco legal que ampare la actividad de las emisoras en todas las Comunidades Autónomas y la búsqueda de un acuerdo con las entidades de gestión que permita incorporar música con derechos a las emisiones.

La radio sigue siendo atractiva para los docentes y los alumnos y encuentra en Internet un nuevo cobijo y campo de pruebas y experimentación que sin duda augura nuevos horizontes en la tercera década del siglo XXI.

Sin embargo, y desde la perspectiva de la educomunicación, sostiene Ortiz Sobrino (2018) que es necesario convertirlas en centros de producción radiofónica donde se experimente con el lenguaje y los formatos de los programas. Propone Ortiz Sobrino la conveniencia de que, desde ellas, se trabaje de forma colaborativa con emisoras de otros países para enriquecer sus contenidos y ganar visibilidad. En definitiva, sumar esfuerzo para que la radio universitaria se convierta en un instrumento para la educación, tanto desde la perspectiva de la formación reglada como desde la educación no formal. Sin olvidar por supuesto, el potencial educomunicativo que el medio radiofónico tiene para contribuir a la constitución de una ciudadanía crítica y con capacidad de analizar las claves esenciales de la sociedad.

7. BIBLIOGRAFÍA

Aguaded Gómez, J. L. y Contreras Pulido, P. (2011). Las radios universitarias como medios de comunicación alternativos al servicio de la ciudadanía. En AA.VV.: *La*

Marta Lazo, C., Gómez López, J., Segura Anaya, A. y Ortiz Sobrino, M. Á. *Dos décadas de radio universitaria en España (2000-2020) la reinención del medio como proyecto educativo en un entorno digital*

ética de la comunicación a comienzos del siglo XXI (coord. por J. C. Suárez Villegas) (pp. 404-416) Sevilla: Eduforma.

Aguaded Gómez, J. L. y Contreras Pulido, P. (2018). Radios Universitarias en la encrucijada. El caso de la regulación en Andalucía. *Revista Mediterránea*, 9 (1), 69-79.

Aguaded Gómez, J. I. y Martín Pena, D. (2013). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación* 124, 63-70.

Chiappe Laverde, A. y Arias Vallejo, V. (2016). La Educomunicación en entornos digitales: un análisis desde los intercambios de información. *Opción*, 32 (7), 461-479.

DECRETO 4/2017 del Consell por el que se regulan los servicios y el Registro de Prestadores de Comunicación Audiovisual de la Comunitat Valenciana., (2017). https://www.dogv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=000995/2017&L=1

Durán Becerra, T. y Tejedor Calvo, S. (2017). Interacción en plataformas educamunicativas. Reflexión sobre tipologías y usabilidad. El Caso de Colombia. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 14(2), 261-275. <https://doi.org/10.5209/TEKN.55735>

Ley Audiovisual de Andalucía (2018). <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2018/200/1>

Ley General de Comunicación Audiovisual. (2010). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>

Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-2452-consolidado.pdf>

López Sánchez, C. (2018). Las obras musicales en las radios universitarias. *Actualidad Jurídica Iberoamericana* (9), 136-175. ISSN: 2386-4567

López Vidales, N., Gómez Rubio, L. y Hernando Lera, M. (2015). Las radios universitarias, ¿escaparate de la radio del futuro? Los jóvenes como creadores de contenidos radiofónicos. En AA.VV.: *La pantalla insome, Cuadernos Artesanos de Comunicación/98* (coord. por C. Mateos Marín y F. J. Herrero Gutiérrez) (pp. 31-56.) La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social

Martín-Gracia, E., Marta Lazo, C. y González-Aldea, P. (2018). La radio universitaria en su dimensión formativa: Estudio de caso de Radio Unizar. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 9 (1), 9-68. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.3>

- Marta Lazo, C., Gómez López, J., Segura Anaya, A. y Ortiz Sobrino, M. Á. *Dos décadas de radio universitaria en España (2000-2020) la reinención del medio como proyecto educativo en un entorno digital*
- Marta Lazo, C. y Segura Anaya A. (2014). Despliegue de la radio universitaria española en la era de Internet. En D. Martín Pena y M. A. Ortiz Sobrino (Eds.), *Las radios universitarias en América y Europa*, Madrid: Fragua. ISBN 978-84-7064-646-8
- Marta Lazo, C. y Segura-Anaya, A. (2012). Emisoras universitarias españolas en la web 3.0.: Programación y contenidos. En C. Espino Narváez y D. Matín Pena (Eds). *Las radios universitarias más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. Barcelona: Editorial UOC.
- Marta Lazo, C. y Segura Anaya, A. (2011). La radio educativa en la era del dial infinito. ACTAS ICONO 14 nº8. *II Congreso Internacional Sociedad Digital. Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*.
- Martín-Pena, D. (2013). *Las radios universitarias en España: plataformas interactivas y redes de colaboración*. Tesis doctoral. Universidad de Huelva. Departamento de Educación. <http://hdl.handle.net/10272/7238> .
- Martínez Piñero, P. (2010). La radio educativa en la era digital: la experiencia en Cataluña. En *Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Martín-Pena, D., Parejo-Cuellar, M. y Vivas-Rodríguez, C. (2018). Radio educativa para fomentar las vocaciones científicas: el proyecto 'Ratones de Laboratorio'. *index.comunicación*, 8(2), 229-254.
- Noguera-Vivo, J. M., Martínez-Polo, J. y Grandío-Pérez, M. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicación*, Barcelona: Editorial UOC.
- Ortiz-Sobrino, M. A. (2018). La necesaria redefinición de las radios universitarias en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9 (1).
- Ponce López, M. C. (2016). Radio universitaria, estudiantes y calidad: el *podcast* como instrumento de enseñanza en Radio UMH, en AA.V.V.: *Perspectivas y prospectivas de la radio universitaria en la era digital*, Cuadernos Artesanos de Comunicación/113 (coord. por D. Martín-Pena, C. Marta-Lazo y M. A Ortiz Sobrino), La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, p. 132.
- Rodríguez García, Y. M. (2017). Reconceptualization of education in the digital era: educommunication. *Revista de Comunicación de la SEECI*, XXI(42), 85-118. <https://www.doi.org/10.15198/seeci.2017.42.85-118>
- Vázquez, M. (2012). *La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra, Departament.

AUTORES:

Carmen Marta Lazo

Catedrática de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. Investigadora Principal del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID). Directora de Radio.Unizar y de la plataforma digital Entremedios. Presidenta de Investigación de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU). Co-editora de Revista Mediterránea de Comunicación. Ha escrito más de doscientas publicaciones, entre libros, capítulos y artículos relacionados con sus líneas de investigación: educación mediática, competencias digitales y usos e interacciones en redes sociales.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0004-1094>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=vxisuH0AAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Carmen-Lazo-2>

Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2308979>

Jacinto Gómez López

Profesor Asociado de la Universidad Complutense de Madrid. Investigador en el grupo de investigación 970620 Internet Media Lab. Centro de innovación y estudios de medios interactivos.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7754-938X>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=gqG7BjgAAAAJ>

Ana Segura Anaya

Profesora asociada en el Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. Jefa de Contenidos en la Radio Autonómica de Aragón y responsable del proyecto digital Aragón Cultura. Dirige el programa cultural diario La Torre de Babel en Aragón Radio. Miembro del grupo de Investigación GICID.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0332-9445>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=leAO8RkAAAAJ>

Miguel Ángel Ortiz Sobrino

Profesor Titular de la Universidad Complutense de Madrid. Director del Master de Realización y Diseño de programas y formatos en televisión. Investigador en el proyecto "Youtubers e instagrammers: la competencia mediática en los prosumidores emergentes". MEC. RTI2018-093303-B-I00.