

## La radio universitaria en España: comunicación alternativa de servicio público para la formación

*University radio in Spain: Alternative public service communication for learning purposes*

DANIEL MARTÍN-PENA<sup>1</sup> E IGNACIO AGUADED<sup>2</sup>

El presente artículo recoge la realidad de las emisoras universitarias españolas. El objetivo de esta investigación es trazar un panorama del fenómeno en España, partiendo del análisis en detalle de distintos parámetros como la forma de emisión o las estructuras organizativas. Los principales resultados recopilados trazan una “radiografía” del fenómeno caracterizado por una marcada heterogeneidad.

**PALABRAS CLAVE:** Radio universitaria, formación, servicio público, ciudadanía, comunicación alternativa.

*This article compiles the reality of Spanish university radio stations. The objective of this research is to outline the phenomenon in Spain, starting with the detailed analysis of different parameters such as the manner of broadcasting and the organizational structures. The main results gathered show the core of the phenomenon characterized by a strong heterogeneity.*

**KEY WORDS:** Radio university, learning, public service, citizenship, alternative communication.

---

<sup>1</sup> Universidad de Extremadura, España.

Correo electrónico: danimartinpena@gmail.com

Avenida de la Independencia 6, 3, C. P. 06009; Badajoz, España.

<sup>2</sup> Universidad de Huelva, España.

Correo electrónico: aguaded@uhu.es

Campus Universitario de El Carmen, Facultad de Educación, 21071; Huelva, España.

## EL FENÓMENO DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS EN ESPAÑA

El fenómeno de las emisoras universitarias en España se inicia ya bien avanzada la segunda mitad del siglo pasado, situación que difiere mucho de lo sucedido en países del continente americano; tanto Estados Unidos, en el norte, como Argentina, Colombia, Chile o México, más al sur, comienzan sus experiencias radiofónicas en la primera mitad de ese siglo, hecho que marca la profunda tradición que ostentan este tipo de emisoras en esos puntos geográficos (Marta & Martín-Pena, 2014). En el caso europeo, el fenómeno es bastante más tardío que en Norteamérica o Latinoamérica, ya que se afianza en la segunda mitad de los años sesenta (Martín-Pena, 2013). Reino Unido y Francia comenzaron sus emisiones de carácter universitario en la década de los sesenta, al amparo del fenómeno de las radios libres (Cheval, 1997), y tanto Alemania como Italia, e incluso Portugal, serán un caso más parecido a la realidad vivida en España, donde comienzan a surgir y consolidarse estas experiencias más tarde, a finales de la década de los ochenta e incluso en los primeros años de los noventa (Fidalgo, 2009). Vázquez (2012) apunta que son varias las razones por las cuales en Europa la radiodifusión universitaria no se ha desarrollado de forma tan rápida a como lo ha hecho en el Continente americano; una de las causas puede achacarse al monopolio sobre los medios de comunicación que ha existido en la mayoría de los estados europeos hasta bien entrada la última cuarta parte del siglo XX, así como las dictaduras vividas en muchos países, que hasta su caída no han permitido cierta liberalización del mercado audiovisual, y el surgimiento de formas de comunicación alternativas a las establecidas hasta ese momento.

Como apuntábamos, el fenómeno en España comienza a brotar a partir de finales de la década de los ochenta; aunque es conveniente señalar como precedente el caso particular de la emisora de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), en esa época se van produciendo acercamientos de la universidad a los medios. Radio UNED no es una estación universitaria al uso que cuente con frecuencia propia, ya que como señala Martín-Pena (2013):

Esta estación está considerada como la emisora que realiza las primeras transmisiones formativas radiofónicas procedentes de una institución educa-

tiva superior con el objetivo de apoyar la enseñanza impartida a distancia por su cuerpo docente. En consecuencia, la Universidad Nacional de Educación a Distancia, ha estado y está vinculada al medio radiofónico desde su origen, que situamos en 1972 (p. 121).

Radio UNED comenzó sus grabaciones a finales de 1974, sin embargo, hubo que esperar más de una década para que surgiera la primera radio universitaria que transmitiría a través de frecuencia propia: Radio San Fernando (actualmente Radio Campus), la emisora de la Universidad de La Laguna, impulsada a raíz de la iniciativa de los residentes del Colegio Mayor San Fernando. Después de casi 40 años del inicio del fenómeno, Martín-Pena (2013) fija en tres las etapas que han marcado el discurrir histórico de estas estaciones:

- *Fase 1. Aparición e inicio de las primeras experiencias:* Esta fase la situamos hasta finales del siglo XX y está marcada por un desarrollo tardío, lento y pausado. Son muy contadas las universidades que deciden dar el salto a la creación de medios de comunicación propios; algunos casos significativos los constituyen: Radio Complutense, Radio Universidad de Salamanca o la 98.3 Radio de Navarra. Un total de ocho experiencias surgen en la década de los noventa, algunas de ellas ya desaparecidas, como el caso de EUB Radio (Universidad de Barcelona).
- *Fase 2. Consolidación y expansión del fenómeno:* Este periodo abarca la primera década del siglo XXI, en la que se da un auténtico auge del movimiento. En apenas diez años surgen más de 15 estaciones; los factores que determinan esta eclosión son los siguientes: a) desarrollo y aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's); b) plataforma de prácticas para estudios del área de las ciencias de la información; c) acercamiento paulatino a la sociedad.
- *Fase 3. Replanteamiento y unión del fenómeno:* Esta fase está en pleno desarrollo y viene marcada por la crisis económica que afecta a la sociedad española en general, y a la universidad en particular, es por ello que las estaciones están expuestas a situaciones delicadas. Ante estas circunstancias se produce un hecho que resulta trascendental, ya que por primera vez, en sus más de 30 años de trayectoria,

estas emisoras logran unirse en red creando la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) refrendada en la firma del Acta Constitucional en noviembre de 2011 en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. En estos últimos años, han surgido apenas tres proyectos radiofónicos –todos ellos asociados a universidades con estudios de la rama de la comunicación– bajo el amparo y desarrollo de las TIC’s y en forma de plataformas hipermedia, que permiten la formación integral del alumnado de esas especialidades, convirtiendo las emisoras en auténticos laboratorios de práctica y experimentación, tanto desde el punto de vista de los formatos como desde la perspectiva tecnológica; a la par que se han vivido ceses temporales de emisión por parte de algunas estaciones, e incluso cierres definitivos. En este sentido, y como afirma Martín-Pena (2013) la ARU debe ser sustento de emisoras ya consolidadas y trampolín de las estaciones que comienzan su andadura.

#### EL CARÁCTER ALTERNATIVO, FORMATIVO Y DE SERVICIO PÚBLICO EN LAS EMISORAS UNIVERSITARIAS

La radio universitaria en España ha crecido mucho en los últimos años, y referirse a ella, como afirman Contreras, González-Mairena y Aguaded (2014) es hacerlo:

Inevitablemente en términos cuantitativos y cualitativos, de calidad y de fenómeno que supera lo emergente para convertirse en consolidación incuestionable. Lo que comenzaron siendo iniciativas que no superaban la decena de experiencias, se ha convertido hoy en un cúmulo de casi treinta emisoras que expanden voces desde las instituciones de enseñanza superior en muy distintas formas (p. 118).

Las radios universitarias españolas se están acoplando de forma acertada a la nueva situación en la que se encuentra inmerso el mundo de la comunicación, marcado por “las nuevas iniciativas que la llevan a las tendencias de lo transmediático, el papel más activo de los ciudadanos como ‘prosumidores’ de los medios y la inquietud por ofrecer

una mayor interacción entre estos y los nuevos medios” (Contreras & Parejo, 2013, p. 19).

Pero, ¿cuáles son las características que pueden determinar el éxito de esta adaptación al mundo transmedia e interactivo? Pues bien, una de las más reseñables es su compleja heterogeneidad (Aguaded & Martín-Pena, 2013; Contreras & Parejo, 2013; Fidalgo, 2009). Esta marcada diversidad queda reflejada desde los inicios de los proyectos, es decir, se ve claramente proyectada en las motivaciones de las distintas estaciones, ya que localizamos radios que nacen con el objetivo firme de proporcionar a los alumnos unas prácticas más profesionales como complementos de su formación teórica (Ugarte, 2005) hasta las universidades que ponen en marcha la radio gracias a un movimiento estudiantil (Fidalgo, 2006), o las que surgen como iniciativa directa de los órganos de gobierno buscando una comunicación externa e interna más efectiva y acorde con los planes estratégicos, así como una mejora de su imagen de cara a la sociedad, tendiendo puentes entre la universidad y la ciudadanía. Y en medio de esta encrucijada de acicates podríamos mencionar multitud de casos intermedios o modelos mixtos, que incluyen emisoras que surgen con unos propósitos y acaban asumiendo otros debido a su buena acogida, ya no solo dentro de la propia comunidad universitaria, sino dentro del tejido social.

Son varios los autores que han hecho mención a distintas clasificaciones de modelos que asumen las estaciones universitarias. Reia (2011) menciona tres posibles: de vocación pública y masiva; de intimidad de lenguaje y estilos, y de especialización temática e innovación experimental. Por su parte, Sauls (2000) hace referencia a siete modelos aplicables a las College Radio estadounidenses: *adviser model*, *student model*, *manager model*, *student/professional model*, *professional model*, *public affairs model* e *incorporate model*.

Vázquez (2012), que recopila propuestas tanto de Berlín (2000) como de Prieto-Castillo (1996), se refiere a otros siete modelos dobles basados en una perspectiva institucional o comunitaria, y más localizados en la realidad latinoamericana: clásico o culto, alternativo o científico, experimental, popular, mimético, orgánico y estratégico; pero, sin lugar a dudas, la clasificación que mejor se adapta a la realidad española es la realizada por Fidalgo (2009) que sitúa en siete los modelos que se

observan en las emisoras españolas, aunque en varios de ellos encontramos distintas variantes, que pueden dar a entender la gran heterogeneidad, que es seña de identidad en el caso español.

Sea un modelo u otro, lo fundamental, como afirma Ronda (2011), es que la emisora pueda integrarse dentro de la comunidad universitaria como un medio propio y de expresión alternativo, una forma de democratización y servicio público, puesta a disposición de todos los miembros de la comunidad universitaria en particular, y de los ciudadanos en general. En esta afirmación de Ronda (2011) surgen dos conceptos que van muy aparejados a la realidad de las estaciones universitarias, uno de ellos es el término “alternativo”, el cual se repetirá de forma constante en las distintas definiciones que aportan los expertos al concepto de radio universitaria (Martín-Pena, 2013). Por ejemplo, para Gallego (2011), el concepto de “alternatividad” es intrínseco a las emisoras y queda reflejado en distintos aspectos que van desde el voluntarismo a las formas de organización pasando por las temáticas o contenidos. En esta línea, Villanueva (2012) menciona una doble perspectiva que aproxima a estas emisoras a dicho fin, por un lado, los contenidos y, por otro, la participación. Otros autores como De-Quevedo (2004) o Perona (2012) mantienen una misma línea de pensamiento. Nos aproximamos al concepto que recoge Rodríguez (2009), “medios ciudadanos”, más apegados a la realidad de la sociedad y con unas propuestas comunicacionales distintas, más cercanas a un modelo de comunicación horizontal en el cual los usuarios pueden asumir el rol de emisores, fungiendo como los nuevos actores claves en el proceso de democratización de las comunicaciones, convirtiendo a las emisoras en medios inclusivos (Aguaded & Martín-Pena, 2013). El otro concepto que define Ronda (2011) es el de “servicio público”, ya que como sostienen Aguaded y Martín-Pena (2013), “las emisoras universitarias, en general, se han postulado como radios que trascienden la frontera de lo exclusivamente instructivo y/o formativo para trascender a un carácter social y de servicio ciudadano” (p. 64), o como apostillan Contreras y Parejo (2013):

Las radios universitarias hoy son una herramienta de indudable valor para la transferencia a la sociedad y para promover una verdadera cultura extensible a la ciudadanía. En la base de estas emisoras universitarias se encuentra

por ejemplo la visión no lucrativa de la comunicación. Para ello, en la mayoría de los casos se entienden como medios de comunicación al servicio de la comunidad universitaria y también como plataforma de expresión de los diferentes colectivos sociales, que encuentran en ella un lugar donde se les presta un mayor espacio al que habitualmente se les destina en los medios convencionales (p. 32).

En este sentido, como sostienen Contreras, González-Mairena y Aguaded (2014), “esta filosofía de servicio público ha hecho que muchas programaciones de las radios universitarias españolas estén impregnadas por ejemplo, de espacios dedicados a la conciencia social a través del formato de cuñas” (p. 118). Estas pausas programáticas han sido usadas en vez de para emitir publicidad –algo que por ley no les está permitido a las estaciones universitarias españolas por ser entendidas como emisoras sin ánimo de lucro– para introducir espacios para la reflexión y la visión crítica de la realidad.

En definitiva, radios que abogan por el perfil social de la comunicación, alejada de intereses partidistas o políticos, marcando distancias y diferencias con una comunicación de tipo mercantilista, apostando por una comunicación alternativa y alejada de la agenda mediática (agenda setting) que en estos medios no tiene prevalencia (Contreras & Parejo, 2013). Pero para ello, como reconocen Aguaded y Contreras (2011), “se requiere de un compromiso férreo, ya que este tipo de emisoras representan instancias que pretenden impulsar las causas fundamentales de la ciencia, la cultura, el análisis crítico y de responsabilidad de una sociedad” (p. 5). La divulgación de la ciencia es una de las temáticas en las que se hace más evidente la labor social y de servicio público que cumplen estas emisoras, ya que el dial y los *podcast* se ponen al servicio de los investigadores con el objeto de que trasladen sus avances a la sociedad, tratando temas que en medios comerciales quedan ignorados o relegados a pequeños espacios (Contreras & Parejo, 2013). Esta misma circunstancia sucede si hacemos mención a temas de índole social cada día con más presencia en el dial universitario.

La formación es la pieza clave que falta para complementar todo este entramado, ya que no tendría sentido poner en funcionamiento una emisora sin tener en cuenta el perfil formativo de la misma. Cuando nos

referimos a formación, se puede caer en el error de pensar en formación desde un punto de vista práctico y orientado en exclusiva a emisoras que se transforman en auténticos laboratorios para alumnos de las ramas de ciencias de la información, cuando esto no es así en exclusiva, ya que la perspectiva formativa de estas emisoras traspasa incluso la propia frontera de la universidad. En este aspecto, como apunta Rincón (1997), una radio universitaria puede aprovechar su potencial comunicativo para formar en tres aspectos diferenciados: adiestrar al personal para que programe una emisora con sentido, con respeto por el oyente y que construya una identidad para la misma; taller de experimentación y formación de estudiantes de alguna carrera de la rama de las ciencias de la información, y medio de comunicación formador crítico de la audiencia tanto del gusto así como del conocimiento del medio. En resumen, estas estaciones pueden ser formadoras de programadores, formadora de estudiantes y formadora de oyentes (Martín-Pena, 2013; Pastor & Xifra, 2010).

Analizadas estas características que delimitan la razón de ser de estas emisoras, cabe recoger las palabras de Aguaded y Martín-Pena (2013) que resintetizan todo lo anterior:

Es un hecho que desde finales del siglo pasado su desarrollo en las universidades ha proliferado dando lugar a un panorama heterogéneo y muy diverso en el que se perfilan distintos modelos con características en común: el servicio a su entorno más inmediato y la difusión de las actividades e inquietudes de la comunidad universitaria en el seno de la sociedad en que se encuentran (p. 66).

## MATERIAL Y MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez repasados los inicios de las emisoras en España, así como las características intrínsecas del fenómeno, planteamos como objetivo primordial de este artículo de investigación el análisis del panorama actual que rodea las radios universitarias españolas, que forman parte de la ARU a través del estudio de parámetros determinados obteniendo el punto de vista de los directores o coordinadores de las emisoras con el fin de configurar y definir la tipología de este tipo de emisoras, marcado por un claro punto de inflexión, con el surgimiento de la ARU,

en noviembre de 2011. Para ello, centraremos nuestro estudio en las formas de emisión, la estructura organizativa, los recursos humanos y los tipos de financiación que caracterizan esta tipología de radiodifusión en España.

Las razones que lo justifican son: el crecimiento de este tipo de proyectos, radios y televisión, en el seno de las universidades españolas, no en vano en los últimos seis años surgieron 13 estaciones radiofónicas; la creación de la ARU, que contribuye a la consolidación, visibilización y conocimiento de este tipo de radios, y la necesidad de desarrollar estudios e investigaciones, sobre el fenómeno radiofónico universitario español, encuadradas en la ARU, para crear un marco de referencia y desarrollo común, al igual que sucede en países americanos, donde hace años se llevan a cabo investigaciones de esta tipología, ya que en España es relativamente reciente el estudio del fenómeno de las emisoras universitarias.

La metodología utilizada para el proceso de recolección de datos es la técnica de observación individual, simple y directa de cada una de las emisoras que componen la muestra, a través del análisis de sus plataformas web y de la realización de entrevistas con sus responsables. Para la gestión de los mismos, categorizamos y codificamos las tablas de análisis realizadas para tal fin. Por último, utilizamos técnicas lógicas de síntesis y estadísticas para descifrar los resultados. El periodo de recolección de datos comenzó en el inicio de la temporada radiofónica, septiembre de 2013 y finalizó en enero de 2014.

Antes de analizar la muestra resulta conveniente hacer una recopilación actual de la población total de radios universitarias en España, teniendo en cuenta que nuestro análisis se centra en exclusiva en las radios que pertenecen a la ARU, que son la mayoría. En este sentido, desde hace unos años, son varios los investigadores que han intentado realizar un listado del número de experiencias radiofónicas universitarias en España. Por un lado, Fidalgo (2009) anota que son 25 las experiencias radiofónicas; Gallego (2006) señala que el número se sitúa en torno a la veintena, y Vázquez (2012) afirma que son 39 las experiencias de este tipo que ha habido desde los inicios de estas emisoras. Esta última investigadora da una cifra total de las experiencias que han existido en España, muchas de las cuales ya han desaparecido. En la ac-

tualidad, según datos de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) (Hernández Armenteros & Pérez García, 2014) en España existen un total de 81 universidades, tanto públicas como privadas, así como presenciales o virtuales. En 34 de ellas hemos localizado la existencia de experiencias radiofónicas que están actualmente en funcionamiento o que comienzan a dar sus primeros pasos; esto significa que la radio está presente en la universidad en un porcentaje de 42%, principalmente en instituciones públicas (71% frente a 29% en universidades de carácter privado).

Por lo tanto, la muestra de nuestra investigación queda compuesta por la mayoría de radios universitarias de España, es decir, las que están aglutinadas en la ARU. Pero resulta conveniente realizar una puntualización, ya que a pesar de que son un total de 26 las universidades que pertenecen a la ARU (Martín-Pena & Aguaded, 2013), en realidad son 23 las instituciones de educación superior que cuentan con radio propia, y por ende, forman parte de la muestra de esta investigación; las otras tres universidades se encuentran reconvirtiendo sus proyectos radiofónicos o iniciándolos. De estas 23 cabe reseñar que un total de 16, es decir, 70% de ellas, tienen vinculación directa o indirecta, o acoge, en su defecto, a estudiantes del área de ciencias de la información de su universidad.<sup>3</sup>

TABLA 1

LISTADO DE RADIODIFUSORAS UNIVERSITARIAS	
Radio UNED	Universidad Nacional de Educación a Distancia
Radio Campus	Universidad de La Laguna
Radio Complutense	Universidad Complutense
Radio Universidad	Universidad de Salamanca
98.3 Radio*	Universidad de Navarra
Radio Universitaria	Universidad de León
Villaviciosa Radio	Universidad Europea de Madrid
UPV Ràdio*	Universidad Politécnica de Valencia
Vox UJI Ràdio*	Universidad Jaume I

<sup>3</sup> En los listados de las distintas tablas estas estaciones aparecerán con el siguiente símbolo \*.

OndaCampus Radio*	Universidad de Extremadura
Radio CEU Valencia*	Universidad CEU Cardenal Herrera
UniRadio Huelva	Universidad de Huelva
UPF Ràdio*	Universitat Pompeu Fabra
Radio UMH*	Universidad Miguel Hernández
RUHA Alcalá	Universidad de Alcalá
Radio URJC*	Universidad Rey Juan Carlos
iRadio UCAM*	Universidad Católica San Antonio Murcia
Radio Universidad.es	Universidad de Almería
UniRadio Jaén	Universidad de Jaén
OnCEU Radio*	Universidad CEU San Pablo Madrid
Radio.UniZar.es*	Universidad de Zaragoza
Radio Universitat*	Universidad de Valencia
Radio USJ*	Universidad San Jorge

Fuente: Elaboración propia.

## ANÁLISIS Y RESULTADOS

Una vez determinada la muestra de nuestra investigación analizaremos pormenorizadamente los resultados obtenidos en los distintos parámetros significativos que estipulamos en la metodología y que nos permiten mostrar el estado actual y el funcionamiento de estas estaciones en España. Para ello, prestaremos especial atención a las formas de transmisión que adoptan, a la estructura organizativa y su posición en el seno de la universidad, a la sustentación económica que les permite desarrollar su proyecto de comunicación universitaria, a los recursos humanos que forman parte de la plantilla fija de la estación radiofónica, así como al perfil del personal responsable y a la tipología de los colaboradores que realizan programas en las radios universitarias que forman parte de la ARU.

### *Forma de emisión*

El primer parámetro que analizamos fue el modo de emisión de las estaciones pertenecientes a la ARU. En este aspecto, localizamos los tres tipos transmisión, es decir, ondas hertzianas (Frecuencia Modulada), emisión online (*streaming*) y podcast. Podemos detectar que la mayoría

de radios emiten a través de la FM; de las 10 emisoras que hacen uso de las ondas, solo 1 de ellas cuenta con licencia comercial concedida (98.3, Radio de la Universidad de Navarra), el resto de estaciones lo hace de forma alegal o acogiéndose a legislaciones regionales como es el caso de UniRadio Huelva, que emite como emisora cultural, ya que el gobierno de la región de Andalucía es de los pocos que está desarrollando este tipo de legislación para estaciones de perfil comunitario y cultural. Siete emisoras emiten en formato online y otras seis hacen uso del podcast. Una puntualización importante es que el hecho de que las radios emitan en FM no significa que no lo hagan online y ofrezcan servicios de podcast o descarga, en paralelo. Así, también las que emiten online, ofrecen ese servicio de descarga y escucha de programas, que cada día es más utilizado por los usuarios.

Durante los últimos años se está produciendo una circunstancia cada vez más usual, emisoras que transmitían en FM dejan de hacerlo, bien sea por avisos de la administración regional competente en la concesión de frecuencias o bien por evitar esas situaciones de alegalidad, ya que la reciente ley aprobada (Ley General de la Comunicación Audiovisual, 7/2010) no reconoce el acceso libre a las licencias de emisión por parte de las radios universitarias españolas; este es el caso de emisoras como Radio CEU (Universidad CEU Cardenal Herrera) o RUAH (Universidad de Alcalá). La legislación actual no menciona en ninguno de sus puntos la realidad de las emisoras universitarias, abocándolas a un papel secundario. Éste es uno de los motivos por los cuales se crea la ARU en 2011, con el objetivo de conseguir ese reconocimiento en el ordenamiento jurídico español que posibilite la visibilización de este tipo de emisoras más allá del ámbito online.

Por otro lado, también resulta ciertamente normal que emisoras que transmiten en podcast, vayan ganando presencia y visibilidad en su universidad y se consoliden en número de programas y/o colaboradores, pasen a realizar *streaming*; en esta situación encontramos a las estaciones de OnCEU Radio (Universidad CEU San Pablo), Radio USJ (Universidad San Jorge) o Radio Universidad.es (Universidad de Almería), que han manifestado esta intención, e incluso la estación de la Universidad de Zaragoza, Radio UniZar.es, que ha tenido este propósito desde el inicio de sus emisiones. No obstante estas circunstancias, que suponen

un avance en las emisoras, muchas veces pasan a segundo plano en el marco de la situación económica actual, en el cual la principal premisa es mantener las transmisiones.

TABLA 2  
TIPO DE EMISIÓN

Emisora	Ondas	Online	Podcast
Radio UNED	X		
Radio Campus	X		
InfoRadio UCM*		X	
Radio Universitario Salamanca*	X		
98.3 Radio*	X		
Radio Universitaria León	X		
Europea Radio*		X	
UPV Ràdio*	X		
Vox UJI Ràdio*	X		
OndaCampus Ràdio*		X	
Radio CEU Valencia*		X	
UniRadio Huelva	X		
UPF Ràdio*			X
Radio UMH*	X	X	
RUAH Alcalá		X	
Radio URJC*			
iRadio UCAM*			X
Radio Universidad.es			X
UniRadio Jaén	X		
OnCEU Radio*			X
Radio SIDE			X
Radio.UniZar.es*			X
Radio Universitat*		X	
Radio USJ*			X
Total	10 (44%)	7 (30%)	6 (26%)

Fuente: Elaboración propia.

### *Dependencia orgánica*

La inmensa mayoría de emisoras tienen, de forma exclusiva o mixta, una dependencia directa de los órganos de gobierno universitarios (rectores o vicerrectores, a través de gabinetes o servicios universitarios), lo que puede denotar la importancia que tienen estas estaciones para los mismos, otro tema distinto es el apoyo presupuestario que –al día de hoy con la situación actual– le pueden dar, ya que existe la premisa de que lo principal es mantener la investigación y docencia, y en este contexto de crisis, la extensión universitaria puede ser y es la gran danmificada.

Las facultades y sus decanatos toman protagonismo cuando entran en escena los alumnos de estudios vinculados a las ciencias informativas; de hecho, en las 16 emisoras que acogen a este tipo de alumnado encontramos que la mayoría –un total de 11– tienen relación directa con la docencia de esos estudiantes y por consiguiente dependen, o bien de forma directa del decanato de la facultad que acoge dichos estudios, o bien del departamento responsable de los mismos, con excepción de tres casos en los que existe una dependencia mixta; es decir, que los órganos de gobierno universitarios también tienen cierto grado de participación y decisión. Las otras cinco emisoras en las que participan alumnos de comunicación dependen de forma directa de los rectorados, quedando estas radios vinculadas a los gabinetes de prensa o a la comunicación universitaria, o incluso a algún vicerrectorado, a través de áreas o servicios universitarios destinados a fines comunicativos.

Los órganos universitarios de representación estudiantil (consejos de estudiantes) también tienen su espacio en esta sección, tomando protagonismo en una emisora en la que la estación, de forma inicial, surge gracias a una masa crítica de estudiantes, que movilizan al resto.

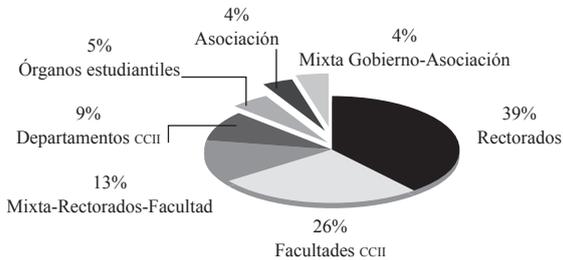
Una última forma de organización es la que adoptan las emisoras andaluzas de UniRadio Huelva y Jaén, que optan por transformarse en asociaciones sin ánimo de lucro, aunque no obstante cuentan, en el caso de UniRadio Jaén, con el apoyo de los órganos de gobierno. De esta forma, estas emisoras se aseguran cierto grado de independencia ante posibles cambios de rumbo en la gestión universitaria.

TABLA 3  
DEPENDENCIA ORGÁNICA

Emisora						
	Rectorado	Decanato Facultad	Departamentos ciencias informáticas	Consejos de estudiantes	Asociaciones	
Radio UNED	X					
Radio Campus	X					
InfoRadio UCM*		X				
Radio Universidad de Salamanca*	X					
98.3 Radio*	X	X				
Radio Universidad León	X					
Europea Radio*			X			
UPV Ràdio*	X					
Vox UJI Ràdio*	X					
OndaCampus Radio*	X	X				
Radio CEU Valencia*		X				
UniRadio Huelva						X
UPF Ràdio*			X			
Radio UMH*	X					
RUAH Alcalá				X		
Radio URJC*		X				
iRadio UCAM*		X				
Radio Universidad.es	X					
UniRadio Jaén	X					X
OnCEU Radio*		X				
Radio.UniZar.es*	X	X				
Radio Universitat*	X					
Radio USJ*		X				

Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 1  
DEPENDENCIA ORGÁNICA



Fuente: Elaboración propia.

### *Tipo de financiación*

En cuanto a las formas de financiación de las emisoras, la gran mayoría tiene recogidas partidas o aportaciones dentro del presupuesto global de la universidad, de las facultades o de los órganos de representación estudiantiles. El patrocinio de tipo cultural también tiene cabida en un total de cuatro emisoras, este patrocinio se concreta a través de colaboraciones directas entre la emisora y la parte interesada bajo la premisa del apoyo a la labor social que desarrollan este tipo de estaciones radiofónicas y con el fin de proyectar la responsabilidad social corporativa de las entidades patrocinadoras. También existen otras formas de financiación, menos comunes en las emisoras universitarias, como son las subvenciones o el acceso a ayudas públicas a través de concursos publicados por distintas administraciones tanto de ámbito regional como nacional, e incluso europeo. En este sentido, la forma más habitual para concurrir a este tipo de ayudas económicas es a través de la creación de asociaciones paralelas a las emisoras universitarias que permiten flexibilidad a la hora de presentarse a concursos competitivos para la concesión de ayudas. Finalmente, tan solo dos emisoras funcionan sin financiación directa (Radio UniZar.es y RadioUniversidad.es), ambas son estaciones en formato podcast que emiten gracias al voluntarismo e implicación de sus responsables y colaboradores, ya que debido a la crisis económica actual no han podido recibir apoyo económico de sus respectivas universidades, si bien es cierto que si tienen algún imprevisto para su correcto

funcionamiento, este suele ser resuelto, ya que cuentan con el compromiso de los equipos de gobierno. Aunque en esta lista debemos añadir a UniRadio Huelva, ya que tras un cese de emisiones ha retomado las mismas desde el voluntarismo de sus asociados y colaboradores.

TABLA 4  
FINANCIACIÓN

Emisora	Universidad	Patrocinio	Otra	Consejo de estudiantes	Sin financiación
Radio UNED	X	X			
Radio Campus	X	X			
InfoRadio UCM*	X				
Radio Universitaria Salamanca*	X				
98.3 Radio*	X				
Radio Universitaria León	X				
Europea Radio*	X				
UPV Ràdio*	X				
Vox UJI Ràdio*	X				
OndaCampus Radio*		X	X		
Radio CEU Valencia*	X				
UniRadio Huelva					X
UPF Ràdio*	X				
Radio UMH*	X				
RUAH Alcalá				X	
Radio URJC*	X				
iRadio UCAM*	X				
Radio Universidad.es					X
UniRadio Jaén	X	X			
OnCEU Radio*	X				
Radio.UniZar.es*					X
Radio Universitat*	X				
Radio USJ*			X		

Fuente: Elaboración propia.

*Tipo de personal*

Otro de los factores analizados es el tipo de personal que localizamos en las emisoras. En este sentido, hemos detectado tres tipos de perfiles vinculados a la dirección y gestión de las emisoras universitarias de la ARU: personal voluntario, personal contratado y personal becado. Además de éstos, hemos observado a personal vinculado a través de asignaturas practicum tanto de estudios universitarios como de formación profesional y a través de trabajos de fin de grado de estudios del área de ciencias de la información. Suele ser habitual que colaboradores del área de las ciencias de la información soliciten realizar las prácticas en la emisora, por la comodidad que supone no tener que salir de su centro de estudios, aunque siguen siendo mayoría los que las solicitan en emisoras convencionales pensando en las posibilidades de inserción laboral o acceso a becas de prácticas ofertadas sobre todo en la época estival por este tipo de estaciones.

En 13 emisoras localizamos personal contratado, pero en solo tres funcionan en exclusiva con este tipo de personal. En su mayoría tienen la categoría de personal de administración y servicios (PAS), el resto son contratos laborales. Copando claramente esta categoría encontramos a la emisora de Radio UNED, que aglutina más de un tercio (15) de todo el personal contratado en las estaciones de radio universitarias.

En cuanto al personal voluntario, lo detectamos en 13 emisoras, de forma exclusiva en 2. En 11 emisoras localizamos personal docente e investigador (PDI), algunos de ellos con reconocimiento en número de horas y otros sin ningún tipo de ventaja, y en las otras 2, son alumnos o egresados los encargados de la emisora, una de ellas es RUAH Alcalá, que depende de órganos estudiantiles, y la otra UniRadio Huelva, en época de transición, ya que esta emisora llegó a contar con cinco personas en plantilla, entre contratados y becados.

Los becarios están presentes en 13 emisoras y de forma exclusiva en ninguna, aunque la dirección de OnCEU Radio recae de manera directa en una becaria alumna de último curso de grado, que ostenta el cargo de editora jefe. El resto del personal vinculado a las radios universitarias, como ya hemos adelantado, corresponde a alumnos que realizan el practicum de sus estudios de comunicación o alumnos que llevan a cabo los trabajos de fin de grado (TFG) sobre la emisora.

TABLA 5  
TIPO DE PERSONAL

Emisora	Contratado	Becarios	Voluntarios	Otro
Radio UNED	15 (PAS)			
Radio Campus			4 (PDI)	
InfoRadio UCM*	7	2	1 (PDI)	
Radio Universitaria Salamanca*	1 (PAS)	4		
98.3 Radio*	4 (PAS/ PDI)	2		
Radio Universitaria León	1	3		
Europea Radio*	1		6 (PDI)	
UPV Ràdio*	1 (PAS)			Varios (+/-10)
Vox UJI Ràdio*	3 (PAS)	4		
OndaCampus Radio*	1	1		
Radio CEU Valencia*		6	3 (PDI)	3 (Practicum)
UniRadio Huelva			5 (ex alumnos)	
UPF Ràdio*		1	1 (PDI)	3-5 (TFG)
Radio UMH*	2 (PAS)	6		
RUAH Alcalá		2	4 (alumnos)	1
Radio URJC*			3 (PDI/PAS)	1
iRadio UCAM*			2 (PDI)	2 (Practicum)
Radio Universidad.es	1			
UniRadio Jaén	2		1 (PDI)	
OnCEU Radio*		5	1 (PDI)	
Radio.UniZar.es*		3	3 (PDI)	
Radio Universitat*	3 (PAS)			
Radio USJ*		2	2 (PDI)	
Total	42 (30%)	41 (29%)	36 (26%)	21 (15%)

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las áreas del conocimiento a las que pertenecen los directores o coordinadores de las estaciones universitarias, hemos corroborado que la mayoría, un total de 18, pertenecen al ámbito de las ciencias de la información (licenciados y doctores en periodismo o comunicación audiovisual). Los otros cinco responsables pertenecen a los siguientes ámbitos académicos: Dr. Derecho Civil (director Radio Campus); Ing. Industrial (director de Radio Universitaria León); Lic. Ciencias Químicas (director de RUAH Alcalá); Dr. Filología Inglesa (director de UniRadio Jaén); Lic. Filología Hispánica (director de UniRadio Huelva).

Estas radios universitarias no tienen relación directa con el alumnado de ciencias de la información.

TABLA 6  
PERSONAL DE DIRECCIÓN EN EMISORAS

Emisora	Categoría	Estudios
Radio UNED	Contratado (PAS)	Lic. Ciencias de la Información
Radio Campus	Voluntario (Profesor)	Dr. Derecho Civil
Radio Complutense	Voluntario (Profesor)	Dr. Ciencias de la Información
Radio Universitaria Salamanca	Contratado (PAS)	Lic. Ciencias de la Información
98.3 Radio*	Contratado (PAS/ Profesor)	Lic. Ciencias de la Información
Radio Universidad León	Contratado (PAS)	Lic. Ingeniería Industrial
Europea Radio*	Voluntario (Profesor)	Lic. Ciencias de la Información
UPV Ràdio*	Contratado (PAS)	Lic. Comunicación Audiovisual
Vox UJI Ràdio*	Contratado (PAS)	Lic. Ciencias de la Información
OndaCampus Radio*	Contratado	Lic. Comunicación Audiovisual
Radio CEU Valencia*	Voluntario (Profesor)	Dr. Ciencias de la Información

Emisora	Categoría	Estudios
UniRadio Huelva	Voluntario	Lic. Filología Hispánica
UPF Ràdio*	Voluntario (Profesor)	Lic. Ciencias de la Información
Radio UMH*	Contratado (PAS)	Lic. Ciencias de la Información
RUAH Alcalá	Voluntario	Lic. Ciencias Químicas
Radio URJC*	Voluntario (Profesor)	Dr. Ciencias de la Información
iRadio UCAM*	Voluntario (Profesor)	Lic. Ciencias de la Información
Radio Universidad.es	Contratado	Lic. Ciencias de la Información
UniRadio Jaén	Voluntario (Profesor)	Dr. Filología Inglesa
OnCEU Radio*	Becaria (Alumna)	Estudiante Ciencias de la Información
Radio.UniZar.es*	Voluntario (Profesor)	Dr. Ciencias de la Información
Radio Universitat*	Contratado (PAS)	Lic. Ciencias de la Información
Radio USJ*	Voluntario (Profesor)	Experto Audiovisual

Fuente: Elaboración propia.

### *Tipo de colaboradores*

Como resulta evidente, una de las partes fundamentales de las emisoras radiofónicas son los programas, y por ende, los colaboradores que realizan esos espacios. En las estaciones universitarias de la ARU hemos detectado todos los posibles participantes, tanto de dentro de la comunidad universitaria (personal docente e investigador, personal de administración y servicios y alumnado) como de fuera de la misma, es decir, asociaciones o personas individuales que encuentran en la radio universitaria el altavoz que les es negado en las emisoras convencionales, más preocupadas por otros fines, quedando claramente corroborado el papel de servicio a la ciudadanía que ejercen las estaciones de tipo universitario, y al que nos hemos referido a lo largo de este artículo.

La radio universitaria es fiel reflejo de su universidad, y así queda patente, ya que el colaborador mayoritario es el alumnado, de hecho en

14 emisoras son mayoría los estudiantes relacionados con las ciencias de la información, y solo en tres de ellas no se permite la participación o no se localizan alumnos de otras áreas, curiosamente estas tres estaciones son las más recientes, es decir, la lógica, y como ha sucedido en otras, es que comiencen siendo emisoras de referencia para alumnos que cursan estudios de comunicación pero que acaben abriéndose a la participación del resto de alumnos de otros perfiles académicos, proyectando de esta manera la realidad de su universidad más allá de la realidad de su facultad. Los estudiantes de otras áreas del conocimiento son mayoría en un total de 8 estaciones, quedando el personal docente e investigador como mayoritario en Radio UNED. El personal docente e investigador y el de administración y servicios, por este orden, tienen una presencia mucho más reducida en el plantel de colaboradores de las estaciones universitarias españolas, aunque se encuentran presentes en 19 y 14 estaciones, respectivamente. Por otro lado, destaca que en más de la mitad de las emisoras analizadas (12) localizamos el perfil externo, en este caso, representado a través de asociaciones, personas individuales e incluso egresados, tanto del ámbito de ciencias de la información, que siguen vinculados a la emisora mientras les llega la primera oportunidad laboral, como de cualquier otra área del conocimiento.

TABLA 7  
TIPO DE COLABORADORES

Emisora	Alumnos de Ciencias de la Información	Alumnos	PDI	PAS	Externo	Núm. de colaboradores
Radio UNED			X		X	25
Radio Campus		X	X	X	X	20/40
InfoRadio UCM*	X	X	X	X		200
Radio Universitaria Salamanca*	X	X	X	X	X	100

Emisora	Alumnos de Ciencias de la Información	Alumnos	PDI	PAS	Externo	Núm. de colaboradores
98.3 Radio*	X	X	X	X	X	15/600
Radio Universitaria León		X	X			50
Europea Radio*	X	X	X			125
UPV Ràdio*	X	X	X	X	X	90
Vox UJI Ràdio*	X	X	X	X	X	100
OndaCampus Radio*	X	X	X	X	X	80/90
Radio CEU Valencia*	X	X	X			150
UniRadio Huelva		X	X	X	X	150
UPF Ràdio*	X	X	X	X	X	20
Radio UMH*	X	X	X	X		160
RUAH Alcalá		X	X	X	X	60
Radio URJC*	X	X	X	X	X	100
iRadio UCAM*	X	X	X			80
Radio Universidad.es		X	X	X	X	30
UniRadio Jaén		X	X	X	X	150
OnCEU Radio*	X	X				30
Radio.UniZar.es*	X					20
Radio Universitat*	X					4
Radio USJ*	X					15
Total	16 (70%)	19 (83%)	19 (83%)	14 (61%)	12 (52%)	

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al número de colaboradores, en las 10 primeras posiciones del *ranking* localizamos a 8 emisoras que acogen alumnos de ciencias de la información, que son arrastrados directamente desde la docencia (98.3 Radio o Radio CEU) o simplemente por el interés del estudiante de estas áreas por asegurarse una mejor formación de cara a su futuro acceso al mercado laboral. Entre esas 10 emisoras que encabezan el número de colaboradores destacan las estaciones de UniRadio Huelva y Jaén, ambas con una gran participación estudiantil, y abiertas a colaboradores externos, que amplían y enriquecen sus parrillas. Cierran el ranking las emisoras que llevan pocos años de funcionamiento y que tienen por delante la tarea de difusión de sus actividades y de darse a conocer en el seno de la comunidad universitaria, en primera instancia, y de la sociedad, en una segunda e innegable fase.

#### DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A través de esta investigación, y partiendo de los grandes rasgos comunes que caracterizan a las radios universitarias y que hemos recogido en este artículo, es decir, la marcada heterogeneidad, la alternatividad, el servicio público y la formación, hemos tratado de fijar los aspectos generales de las emisoras universitarias pertenecientes a la ARU. Tras el análisis y exposición de los resultados podemos afirmar que el uso de las TIC's y el aprovechamiento del trabajo en común en la ARU deben constituir dos puntos fuertes para abogar por la consolidación del fenómeno radiofónico universitario en España. Sin lugar a dudas, si en un momento como el actual, las emisoras le sacan el máximo partido a ambas, su futuro puede ser más halagüeño.

Las emisoras universitarias no pueden obsecarse con la emisión en FM, es evidente que desde la ARU se debe trabajar por lograr el reconocimiento jurídico de estas emisoras, pero no será un camino fácil ni mucho menos corto, es por ello, que se deben estudiar al detalle todos los beneficios que reportan las TIC's, y las otras formas de emisión, y apostar, por ejemplo, por implementar aplicaciones para teléfonos inteligentes, que no suelen tener un coste muy elevado y pueden desarrollarse desde dentro de la propia universidad, lo que podría abaratar aún más los costos, ya que existen muchos expertos informáticos o grupos

de investigación especializados que pueden elaborar aplicaciones para las emisoras, que reportarían un gran beneficio, incluso mayor que el de la propia FM, si tenemos en cuenta el público objetivo de las emisoras universitarias: los nativos digitales. Y no solo desarrollo de *apps*, también avanzar en los podcast, ofreciendo a los usuarios podcasts fragmentados, que pueden lograr atraer la atención de un mayor número de usuarios. No en vano, si analizamos los datos desde 2007, año en que surge UPF Ràdio (primera emisora en formato podcast) hasta la creación de Radio USJ a lo largo de 2012, han aparecido la mitad de las emisoras que actualmente pertenecen a la ARU, es decir, 12 estaciones, tanto en universidades públicas como privadas; de estas 12, 7 surgen en formato podcast, lo que significa 58%, y tan solo 3 con emisiones en FM (25%), aunque una de ellas, RUAH Alcalá, ha dejado de estar presente en el dial, apostando totalmente por su web, al igual que algunas de esas emisoras podcast están barajando la posibilidad de ampliar su servicio ofreciendo emisión online. Estos resultados nos dirigen de forma directa a una conclusión: lo apegadas que se encuentran las emisoras universitarias a las nuevas formas que provienen de las TIC's.

La financiación de las emisoras no tiene por qué provenir exclusivamente de la propia universidad, en las circunstancias económicas actuales marcadas por la crisis y los recortes, se debe contemplar la posibilidad de poner en marcha patrocinios culturales o incluso la opción de concurrir a subvenciones, no solo en el nivel regional o nacional, sino también en el contexto de la Unión Europea, aunque para ello quizás haya que optar por la fórmula de constituir una asociación vinculada a la emisora, al igual que han hecho en las emisoras de Huelva o Jaén.

Es necesario profesionalizar las emisoras, es decir, intentar que las personas vinculadas a la dirección y gestión de las mismas tengan el reconocimiento que merecen, tanto económico, si están contratadas para ello, o académico, si es que son docentes universitarios. Hace falta un mayor compromiso de los órganos de gobierno universitarios, aunque quizás el momento no sea el mejor, pero por lo menos, el reconocimiento académico a la labor que ejerce el personal vinculado a la gestión de la emisora debería ser el primer paso, ya que son muchas las acreditaciones que demanda la Agencia Universitaria de Calidad y Evaluación Española (ANECA) al profesorado docente-investigador de las universidades españolas.

Por último, es vital que las emisoras universitarias sean lo más abiertas posibles, partiendo de la base de que al encontrarse insertas en las universidades deben permitir la participación de todo el colectivo universitario, desde personal de administración y servicios hasta personal docente e investigador, pasando por el alumnado, que suele ser el más participativo. Además, deben ampliar sus objetivos y abrir esa participación a la sociedad, ya sea a ciudadanos anónimos que tengan algo interesante que transmitir, como a asociaciones, agrupaciones o colectivos que no tienen espacio en medios convencionales. De esta manera, se fortalecerá con creces la labor de servicio público que debe caracterizar a este tipo de emisoras. En este punto, deberían tomar especial atención aquellas emisoras que acogen prácticas de alumnos del área de ciencias de la información, ya que son las que menos diversidad de colectivos acogen ante sus micrófonos. Esta circunstancia fortalecería con creces el papel social de las emisoras universitarias de la ARU, dotándolas de presencia y visibilidad más allá de las aulas.

### **Bibliografía**

- Aguaded, I. & Contreras, P. (2011). (Coords.). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. La Coruña, España: Netbiblo.
- Aguaded, I. & Martín-Pena, D. (2013). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui*, 124, 63-70.
- Berlín, I. (2000). El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México. *Revista Latina de Comunicación Social*, 3 (27). Recuperado el 20 de marzo de 2014 de [www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/125/irving.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/125/irving.html)
- Casajús, L. & Vázquez, M. (2014). Los jóvenes prosumidores en la radio universitaria 2.0: un perfil en construcción. *Edmetic*, 3 (1), 87-111.
- Cheval, J. J. (1997). *Les radios en France: Histoire, état et enjeux*. Rennes, Francia: Apogée.
- Contreras, P., González-Mairena, M. & Aguaded, I. (2014). Programar una radio social en la universidad: el Propósito Penélope de UniRadio. *Edmetic*, 3 (1), 112-130.

- Contreras, P. & Parejo, M. (2013). (Coords.). *Más Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias*. Salamanca, España: Comunicación Social.
- De-Quevedo, L. (2004). La radio en la difusión universitaria. A la búsqueda de sentido. *Reencuentro*, 39, 107-115.
- Espino, C. & Martín-Pena, D. (Eds.). (2012). *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. Barcelona, España: Universidad Abierta de Cataluña.
- Fidalgo, D. (2006). Radio universitaria: historia de una radio diferente. *Razón y Palabra*, 49, 1-9.
- Fidalgo, D. (2009). Las radios universitarias en España: transformación al mundo digital. *Telos*, 80, 124-137.
- Gallego, J. I. (2006). El podcasting en España, del uso privado a las grandes emisoras. *Razón y Palabra*, 49, 1-7.
- Gallego, J. I. (2011). Alternativas e innovación en las radios universitarias españolas. En I. Aguaded & P. Contreras (Coords.), *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp. 97-108). La Coruña, España: Netbiblo.
- Hernández Armenteros, J. & Pérez García, J. A. (2014). La Universidad Española en cifras 2013-2014. España: Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas. Recuperado el 15 de febrero de 2014 de [http://www.crue.org/Publicaciones/Documents/UEC/LA\\_UNIVERSIDAD\\_ESPAÑOLA\\_EN\\_CIFRAS\\_13-14.pdf](http://www.crue.org/Publicaciones/Documents/UEC/LA_UNIVERSIDAD_ESPAÑOLA_EN_CIFRAS_13-14.pdf)
- Marta, M. & Martín-Pena, D. (2014). Investigación sobre radio universitaria: presente, pasado y futuro. *Edmetic*, 3 (1), 8-25.
- Martín-Pena, D. (2013). *Las radios universitarias en España: plataformas interactivas y redes de colaboración*. Tesis de doctorado no publicada. Universidad de Huelva, España. Recuperado el 20 de marzo de 2014 de <http://hdl.handle.net/10272/7238>
- Martín-Pena, D. & Aguaded, I. (2013). La Asociación de Radios Universitarias como eje dinamizador de intercambios para la divulgación científica. En P. Contreras & M. Parejo (Coords.), *Más Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias* (pp. 38-50). Salamanca, España: Comunicación Social.
- Martín-Pena, D. & Espino, C. (2014). Contenido, estructura y función social en la programación de las radios universitarias. *Edmetic*, 3 (1), 29-43.

- Pastor, L. & Xifra, J. (2010). The radio dramatization of educational contents: A higher education experience. *Comunicar*, 35, 121-129. Recuperado el 1 de julio de 2014 de <http://dx.doi.org/10.3916/C35-2010-03-05>
- Perona, J. J. (2012). Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha. En C. Espino & D. Martín (Eds.), *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (pp. 37-52). Barcelona, España: Universidad Abierta de Cataluña.
- Prieto-Castillo, D. (1996). Las emisoras universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo. *I Festival Centroamericano de la radio*. Costa Rica.
- Reia, V. (2011). Públicos e rádio: as audiencias universitárias. En I. Aguaded & P. Contreras (Coords.), *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp. 62-69). La Coruña, España: Netbiblo.
- Rincón, O. (1997). La radio en la Universidad Javeriana. *Artículos de Fondo*. Recuperado el 1 de julio de 2014 de <http://goo.gl/pDTI12>.
- Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. *Folios*, 21, 13-25.
- Ronda, J. (2011). Inventar en las ondas. La radio universitaria, una nueva forma de programación y especialización. En I. Aguaded & P. Contreras (Coords.), *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp.109-118). La Coruña, España: Netbiblo.
- Sauls, S. J. (2000). *The culture of American College radio*. Iowa, EE.UU.: Iowa State University Press.
- Ugarte, J. (2005). La radio universitaria como medio de aprendizaje. La experiencia de Santo Tomás FM. Emisora de la escuela de periodismo de la Universidad de Santo Tomás en Chile. *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*, Granada, España.
- Vázquez, M. (2012). *La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Tesis de doctorado no publicada. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Recuperado el 15 de febrero de 2014 de [www.tdx.cat/handle/10803/84113](http://www.tdx.cat/handle/10803/84113)

Villanueva, S. (2012). *La radio universitaria y su función social como instrumento para la integración (La radio universitaria en la ciudad de Monterrey, Nuevo León)*. Tesis de doctorado no publicada. Universidad Complutense de Madrid, España.

Fecha de recepción: 15/07/14. Aceptación: 10/01/15.