

### **RADIO UNIVERSITARIA POR INTERNET: EL CASO DE ONDA CAMPUS EN LA UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA**

*Daniel Martín Pena  
José Antonio Montesinos Peña  
Universidad de Extremadura*

En estas líneas queremos dar a conocer el proyecto que se está poniendo en marcha en nuestra Universidad, y que puede servir de ejemplo práctico a muchas otras universidades y entidades que quieran crear una radio a través de Internet.

¿Por qué crear una Radio Universitaria?, ¿qué beneficios traería este medio de comunicación en nuestra Universidad?, ¿cómo surge esa necesidad?, ¿por qué una radio por Internet y no en FM? Estas y otras muchas preguntas son las que nos planteamos en la Universidad de Extremadura a la hora de decidir encaminarnos hacia la creación de una Radio Universitaria 24 horas a través de la red.

Dos factores marcan el punto de inicio de este proyecto, uno de ellos, es que desde octubre de 2004 está funcionando en la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Extremadura, **la Radio/TV Universitaria (Onda Campus y Campus TV)**, se puede decir que funcionan como talleres prácticos para los alumnos, que realizan productos profesionales, que son emitidos por radios y TV locales; el otro factor, se produce al entrar en contacto e intercambiar experiencias con otros medios de comunicación universitarios en el **II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria y en el I Encuentro Iberoamericano de Radios Universitarias**, celebrados en 2005 en Granada.

A raíz de esto, desde nuestra Universidad tomamos conciencia de que es un hecho la proliferación de los medios radiofónicos (y algunos canales de TV) universitarios. Encontramos muchos ejemplos de ello en Latinoamérica (Argentina, Chile México y Perú) y en la Península Ibérica, donde además se está fomen-

tando la creación de asociaciones de radios universitarias, y casi siempre bajo la misma premisa, facilitar a la sociedad el enriquecimiento científico, tecnológico y cultural.

Además no hay que olvidar otros condicionantes importantes, ya que una emisora universitaria puede nacer por la necesidad de comunicación y difusión universitaria y por la inquietud de los estudiantes por tener un medio de expresión abierto a la sociedad. Recordar que actualmente los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la actual sociedad de la información.

Iniciamos este proyecto con el convencimiento de que la radio universitaria debe convertirse en el puente del saber, fomentando la divulgación científica y cultural generada en las distintas sedes universitarias, dando voz a toda opinión y a todo análisis que surja de cualquier miembro de nuestra Universidad, enriqueciendo de esta manera la vida universitaria, siendo reflejo de las inquietudes de la gente joven que pasa por las aulas. Una radio universitaria significaría una oportunidad para la formación, para la investigación académica, para la consolidación de la comunicación interna, para la extensión y la relación de la Universidad con la sociedad.

¿Por qué una radio? Pues porque constituye el mejor medio técnico interactivo para actuar sobre el entorno; permite un contacto directo entre el comunicador y la sociedad, y así alcanzar el propósito de servicio público y de democratización del saber, contribuyendo al desarrollo social, económico y cultural de la mayoría de la población.

#### **¿Radio por Internet?**

Uno de los primeros planteamientos a la hora de montar una nueva Radio Universitaria es decidir la forma de emisión, desde nuestra Universidad, se ha optado por una Radio por Internet ya que observamos que estamos en una época de cambio para la radio, un cambio, tal vez el más rotundo desde su aparición: la

transmisión vía Internet y la radio digital traerán consigo un gran vuelco, que producirá importantes modificaciones en este medio tradicional.

La universidad, como fuente del saber, debe asumir los nuevos productos multimedia y utilizarlos para llegar así, no sólo a la sociedad dónde se ubica el centro universitario, sino también a la sociedad mundial, superando cualquier barrera espacio-temporal, contribuyendo de esta manera a la distribución mundial del conocimiento, alcanzando una difusión masiva, nunca antes imaginada.

Los oyentes de la radio están cambiando movidos por los avances en la tecnología, y esto motiva que muchas radios tengan que adaptarse, ir un poquito más allá y adoptar las nuevas formas y las nuevas tecnologías, para dar cabida a la demanda de los oyentes informatizados, y caminar hacia una radio por Internet. Es un desafío grande, pero fascinante.

Internet es un medio totalmente diferente, puedes ver una TV (fragmentos de programas) y escuchar una radio (la que quieras del mundo, siempre que tenga su sitio Web). La red de redes se ha convertido en un medio de comunicación de masas, un medio utilizado en la vida diaria cada día por más personas, y la radio tiene que saber explotar las nuevas posibilidades que se abren con este medio masivo.

No hay que olvidar que Internet esta contribuyendo a la expansión mundial de la radio (incluso las pequeñas emisoras tienen su hueco en la red). Antes pocas emisoras tenían acceso a una frecuencia, ahora en Internet las "frecuencias" son ilimitadas. La radio en Internet tiene un alcance universal, no hay fronteras en el nuevo medio, a través de la red, enlaza a los oyentes de todo el mundo. Lo que hay que plantearse es cómo la radio se está adaptando a Internet y que cambios se pueden producir en el medio (contenidos, programación, formas de producción)

El futuro es que la radio se apoye cada vez más en Internet. Estamos ante una nueva radio reinventada sobre los cimientos tradicionales, pero que se ayuda de los nuevos avances tecnológicos.

Con Internet se puede llegar a una Radio puramente Interactiva, nunca imaginada, sin las posibilidades que ofrece la Red. Además se pueden fusionar elementos de la fotografía digital, de la imagen en movimiento y de la prensa. Ahora lo que hay que pensar es cómo dar un paso más y no sólo utilizar Internet como mero reproductor de la Radio tradicional, sino que hay que ir más allá, y caminar hacia una Radio Interactiva, abierta a los oyentes, y esto es fácil y está al alcance de la mano en el caso de las Radios Universitarias, que pueden ser puramente interactivas. Hasta ahora la interactividad exclusiva que ofrecía este medio era el hecho de poder elegir entre la serie de estaciones radiofónicas que había en el espacio radioeléctrico.

A través de Internet podemos ofrecer más contenidos, además de poder recuperar programas emitidos con anterioridad (comunicación directa con el oyente, a través de Chat-Foros). Eso sí, hay que tener en cuenta el diseño de nuestra Web, un diseño correcto y fácil para nuestros oyentes (crear una Web llamativa y por la que sea sencillo navegar). Se puede llegar así a satisfacer a los oyentes, ya que tienen lo que desean con tan sólo un clic, una "Radio a la Carta" gratuita, todo esto ayudará a conocer mejor el perfil de tu oyente y, así, mejorar en los proyectos futuros, y hacer una radio más cercana a las demandas de tus públicos.

En el aspecto económico la Red puede garantizar la rentabilidad de la explotación publicitaria.

En el aspecto técnico los costes de los equipos son muy bajos, nada ver que ver con el desembolso a la hora de emitir en AM o FM, cualquier interesado en la materia puede hacer con muy pocos recursos una radio a través de Internet. Asociaciones, instituciones, universidades y, en general, colectivos que hasta aho-

ra no podían acceder a este medio, por el elevado coste, encuentran en Internet el medio para convertirse en emisores de sus propios productos radiofónicos.

En cuanto a limitaciones podemos hablar de la calidad de audio o del límite de personas conectadas al mismo tiempo, cuestiones que se pueden solventar sin mayores problemas.

### **Radio Universitaria: Utilizada en la enseñanza**

Las radios universitarias, en principio, no tienen necesidad de competir, por eso pueden dedicarse a fines educativos y culturales, eso sí, sin perder de vista la realización de productos de creativos y de alta calidad.

Analizamos una doble vertiente:

Por un lado, recalcar que una radio universitaria es un medio con un gran potencial educativo, un medio que tiene grandes recursos que aportar a los fines de la enseñanza, la investigación y la extensión de la cultura universitaria. La radio universitaria puede ser participe del proceso enseñanza-aprendizaje, a través de la difusión de contenidos científicos o humanísticos.

Internet y la globalización (a través de asociaciones de radios universitarias a nivel iberoamericano) pueden permitir que a través de nuestra Radio Universitaria se difundan e incluso impartan clases magistrales de determinadas materias, mediante una especie de audio conferencia, que posibilitaría una Comunicación bidireccional entre profesor y alumnos, llegando a un modelo de educación a distancia (Radio-Chat). De esta manera se podrían obtener respuesta a inquietudes académicas y extra-académicas de manera casi inmediata, esté donde esté el oyente. En este tipo de recursos convergen nuevas y tradicionales tecnologías (radio+ordenador+Internet+chat).

Otras posibilidades que nos brinda Internet es la transmisión de programas muy específicos, y a su vez integrar herramientas

que permitan la doble interacción para poder mantener una comunicación bidireccional.

Por otro lado, no cabe olvidar que en la Universidad de Extremadura, se imparte la Licenciatura de Comunicación Audiovisual, y que el hecho de que los alumnos de Comunicación Audiovisual sean capaces de informar sobre noticias o eventos universitarios, entrevistar a sus protagonistas, manejar la tecnología para digitalizar los contenidos y transmitirlos en Internet, hace que adquieran varias habilidades y destrezas muy valoradas en el mundo globalizado en el que se desarrollará la futura vida laboral de dichos alumnos. Los estudiantes estarán desarrollando de forma profesional las distintas actividades características de un empleado de cualquier medio de comunicación radiofónico.

### **Objetivos generales**

- Crear un medio de contenido alternativo, frente a las emisoras generalistas (que en Internet se convierten en simples reproductoras de su programación).
- Estimular la formación de redes y asociaciones para todo tipo de intercambios con medios universitarios que compartan la misma filosofía.
- Contribuir con la difusión de información universitaria, apoyando las funciones de la Institución, uniendo Campus (separados geográficamente por toda Extremadura).
- Mejorar la relación Universidad-Sociedad, promoviendo en toda la población el patrimonio cultural, artístico, científico y docente de la Institución
- Promover el desarrollo y la difusión de los medios universitarios.
- Contribuir a la enseñanza y formación de los alumnos de la Licenciatura de Comunicación Audiovisual, preparando profesionales con los conocimientos necesarios para trabajar en el medio.

- Ayudar en la difusión de las investigaciones surgidas de nuestra Universidad, dando a conocer los logros y avances alcanzados.
- Crear un espacio multimedial (una página Web) que traspase las fronteras de la comunicación radiofónica
- Estimular la realización de eventos culturales fomentados desde la Universidad.
- Dar cabida a las inquietudes intelectuales y artísticas de la comunidad universitaria
- Adaptar la visión de una nueva cultura multimedia, y explorar nuevos formatos, bajo el campo de la experimentación, que se brinda en el mejor sitio posible, nuestra Universidad.

### Fundamentación

No hay que perder de vista que el medio radiofónico está íntimamente ligado con los estudios de Comunicación Audiovisual, lo que es un aliciente añadido, y la formación de los alumnos sería más completa y contaría con una base práctica que enriquecería los aportes teóricos asimilados.

Porque los elementos técnicos, la tecnología, la infraestructura, la financiación y el mantenimiento para la subsistencia del medio no son desorbitados y están al alcance de los recursos con los que cuenta una universidad media, para mantener la radio, eso sí, contando con una pequeña inversión inicial.

Porque en nuestro país nos encontramos en el momento idóneo, ya que se está fomentando la cooperación de las distintas radios universitarias, y nuestra Universidad ha estado presente.

Porque la sociedad necesita alternativas a las radios comerciales generalistas, una radio diferente, hecha de forma diferente y con una programación alternativa.

Porque es necesario enlazar los términos Universidad-Sociedad con fines culturales, científicos, sociales y estéticos,

además contamos con el apoyo de la recién creada Fundación Universidad-Sociedad.

Porque la radio ampliará y ayudará a la comunicación interna de nuestra Universidad.

### Organización y financiación. Recursos humanos y técnicos necesarios

Una parte a tener en cuenta a la hora de configurar la Radio Universitaria es la selección de políticas de financiación y de organización para el trabajo.

Es necesaria la implicación de los órganos de gestión de la Universidad en las emisoras, de modo que el control recaerá en la institución y no en los alumnos.

La organización, la gestión y el desarrollo de la Radio Universitaria se deben adecuar a las necesidades que demanda la comunidad universitaria, conviviéndose así en la voz de la Universidad.

Debemos conseguir emisoras universitarias competentes, que ofrezcan productos de alta calidad.

Es necesario impulsar programas autofinanciables para estimular la producción cultural de calidad. Conseguir que nuestros contenidos sean demandados por amplios núcleos de la población. Crear espacios eficientes y oportunos.

Lo ideal para mantener una radio universitaria, y cumplir sus objetivos, sería buscar una política de financiación mixta (crear una organización flexible) contar con ayudas de la institución, que velaría por el cumplimiento de los objetivos generales, así como entrar en el juego del mercado en busca de productos competitivos y que se autofinancien.

Otro de los factores es la organización del personal y las modalidades de gestión. Se deben crear mecanismos de control de la calidad, en aras de ofrecer productos acordes con la institución a la que representamos.

Tener un programa de formación para la imprescindible figura de los “colaboradores”, hay que tener en cuenta que la radio no es únicamente contenido, sino también, forma. El mejor discurso en boca de una persona que no tiene la virtud de “comunicar” está condenado al fracaso. Por eso debe fomentarse la formación del personal que participe en la radio universitaria.

En cuanto a los recursos técnicos, para emitir a través de la red, es necesario contar con una mesa de mezclas, un ordenador de gran capacidad y un programa de emisión. Podrían utilizarse gratuitamente tanto en formatos de Microsoft como de Linux. Además, para emitir y editar contaríamos por un lado con programas gratuitos disponibles en la red como es el programa Zaira Radio de emisión y automatización, el programa de edición Audacity y el de grabación Wavepad.

En cuanto a los recursos humanos, debemos crear un entramado formado por todos los estamentos de la Universidad, para así poder dar una visión más amplia de todo lo que ocurra dentro, por eso se ha pensado en el siguiente esquema.

Debe haber un equipo de personas que formen parte permanente del proyecto, Coordinador del medio/Jefe de Programación y de un Técnico de sonido, quedando así cubiertas las necesidades básicas del medio.

Becarios que se encarguen de la redacción y locución de los informativos universitarios, así como de los aspectos técnicos.

Colaboradores, personas de mundo de la Universidad, de la cultura, artes, deporte, movimientos asociativos, etc..., que, de forma altruista, deseen contar con un espacio temático en la parrilla de esta emisora universitaria.

Se debe contar con la ayuda del Gabinete de Comunicación de la Universidad, que ayudará a dar fluidez a la Comunicación Interna y que es el mejor conocedor de la realidad universitaria.

Crear la figura del “Enlace”, dentro de cada centro de la universidad debe haber una persona que informe de las últimas novedades y acontecimientos.

De esta forma estaríamos hablando de una división en dos departamentos:

- Departamento de prensa, formado por los alumnos de Comunicación Audiovisual, que son los más especializados en la materia, que se encargan de cubrir todas las actividades que se desarrollen en la Comunidad Universitaria, asesorados por el Gabinete de Comunicación de la Universidad, que es el mejor conocedor de la actividad universitaria.
- Departamento Técnico formado por un grupo de especialistas en la producción y transmisión de programas radiofónicos, que así mismo conozcan y manejen la tecnología del podcasting para editar digitalmente los contenidos y su posterior publicación en Internet.

La Radio Universitaria debe cuidar las relaciones públicas, tanto las relaciones externas: con medios, instituciones nacionales e internacionales, como las relaciones internas: con todos los miembros de la universidad, la radio convertida en la voz universitaria.

En cuanto a la programación se deben exigir unos requisitos mínimos de presentación por parte de los locutores. Controlar que los programas cumplan los requisitos de calidad presentados en la propuesta piloto. Controlar la salida al aire de los programas, proponiendo soluciones para los problemas cotidianos que se puedan presentar.

Deben fomentarse la organización de todo tipo de actividades que aporten recursos económicos para la radio y que contribuyan al crecimiento de los integrantes de la Radio y su entorno.

## La programación de las Radios Universitarias: El gran desafío

¿Una programación generalista o especializada? Ésta es la primera duda que surge ante la configuración de la parrilla en la radio universitaria.

El primer paso que exige a la radio universitaria es la captación de oyentes internos, especialmente estudiantes.

Se debe crear una programación con intenciones educativas y culturales. Lo ideal sería que la “gente” de la Radio y los órganos que se decidan crear, para la dirección de la emisora, tengan libertad editorial y de propuesta de programación, buscando la forma de presentar un producto que, a menudo, no es fácil de digerir.

Abrir los micrófonos a actividades artísticas y culturales diversas y a voces que en general no acceden a los medios masivos. Los contenidos radiofónicos deben tener en cuenta a los oyentes, fomentando las relaciones entre el locutor y el oyente, y entre radio y oyente, relaciones directas (red telefónica, los servicios del correo, Chat, foro...)

La programación podría constar de los siguientes pilares fundamentales:

- Información y Actualidad universitaria (e incluso regional).
- Programas de Variedades y magazines (de contenido universitario o de otro tipo de contenido).
- Programas de Intercambio facilitados por otras radios universitarias (que a la vez recibirían también los contenidos realizados por nuestra radio universitaria).
- Acuerdos con otras radios, por ejemplo Radio Exterior de España o Radio Netherlands.
- Macrogénero musical, la música es uno de los grandes reclamos de Internet, las radios universitarias no deben darle la espalda y utilizarla, no sólo para rellenar sus parrillas, sino tam-

bién para ofrecer productos de calidad reclamados por oyentes muy selectos, que demandan productos (canciones) muy concretas.

- Redifusión de los distintos programas.
- Trabajos prácticos y creativos realizados por los alumnos en el marco del Itinerario de Radio de la Licenciatura de Comunicación Audiovisual

La conclusión es que se tiene que apostar por la pluralidad programática, combinando los géneros informativos, musicales, educativos y de entretenimiento, para satisfacer a los distintos núcleos de la sociedad. Se apuesta por la diversidad (oyentes e identificación), creando programas basados en la investigación, enseñanza y difusión de contenidos generados desde una perspectiva científica por los miembros de la comunidad Universitaria (acercar la Universidad a la sociedad).

## Cooperación y asociación con otras Radios Universitarias en el contexto de la globalización

Hay que tener en cuenta el proceso de la globalización e internacionalización que esta a la orden del día en estas fechas, los medios cada vez son más globales, pero a su vez también locales (glocales).

En las radios universitarias también se está viviendo este proceso, pero visto de otra manera, para poder tener peso específico a gran escala, se necesitan y se deben fomentar uniones entre radios universitarias, a través de colaboraciones e intercambios. No sólo uniones a nivel nacional, sino también a nivel iberoamericano (por la proximidad lingüística que nos une). Todo ello para poder dar a conocer la actualidad de tu universidad (investigaciones o avances) en cualquier lugar. De ahí que sea crucial fomentar la creación de coordinadoras de radios universitarias. En estos momentos se está trabajando para la creación de una coordinadora estatal y se están poniendo los cimientos para una coordinadora latinoamericana, que en este aspecto

nos lleva ventaja, ya que allí, ya son muchas las redes de radios universitarias existentes.

### **Resultados esperados y beneficiarios**

A la hora de fijar el motivo de creación de nuestra radio, hay que prestar especial atención, en quienes se beneficiarán de su puesta en marcha, distinguimos:

- **Beneficiarios directos:** Estudiantes y docentes implicados en el Proyecto.
- **Beneficiarios indirectos:** Resto de la población universitaria, población en general, medios de radiodifusión nacional (privados, estatales y comunitarios).

Al plantear un proyecto de estas características hay que ponerse unas metas a conseguir, las que nos proponemos nosotros son:

- **Pertenecer a una organización internacional de emisoras universitarias.**
- **Haberse vinculado con todos los servicios de la Universidad, convirtiendo nuestra radio en un medio de difusión de contenidos necesarios para el desarrollo de la sociedad y no en un mero medio de circulación de información.**
- **Haber participado en proyectos específicos de extensión.**
- **Tener corresponsalías en todos los centros universitarios existentes en Extremadura.**
- **Haber difundido contenidos propios en otros centros radiofónicos del país.**
- **Haber participado en la organización de algún evento con radios universitarias del país.**
- **Conseguir entre 5 y 7 horas de programación propia diaria, el resto de la parrilla de programación se rellenaría con música, redifusiones e intercambios. (Programación Propia 20/30% - Programación Ajena 80/70%).**
- **Conseguir una radio que cumpla estas premisas: profesional, eficiente y, en lo posible, autofinanciable.**

- **Con el tiempo convertirse en referente radiofónico para las universidades españolas que se inicien en este medio.**

Para conseguirlo debemos recorrer un intenso camino de experimentación y esto supone que en los próximos años la radio tenga por delante un campo maravilloso de desarrollo.