

Dra. M-Julia GONZÁLEZ-CONDE

Universidad Complutense de Madrid. España. mariajul@ucm.es

Dra. M^a de las Mercedes ZAMARRA-LÓPEZ

Universidad Complutense de Madrid. España. mzamarra@ucm.es

Dra. Carmen SALGADO-SANTAMARÍA

Universidad Complutense de Madrid. España. carmensalgado@ucm.es

Radios universitarias: Plurales, abiertas y participativas

Spanish university radios: Plural, open and participative

Fechas | Recepción: 18/10/2017 - Revisión: 07/12/2017 - Publicación final: 01/01/2018

Resumen

El objetivo principal de este artículo es presentar el impacto de Internet y su entorno digital en el modelo de las radios universitarias en España, desde el enfoque y definición de las páginas web analizadas. Comprobamos la capacidad y facilidad de subida, descarga, búsqueda e intercambio informativo en todos los procesos interactivos, lo que posibilita, mejora y amplía su labor educativa, al romper sus barreras institucionales y espacio-temporales, para trasladarse, desde una perspectiva horizontal, al encuentro con la participación ciudadana.

Palabras clave

Educomunicación; Radios universitarias españolas; multimedia; webs

Abstract

The main objective of this article is to analyze the impact of the Internet and the digital environment on the model of University radios in Spain, from the definition and focus on the analyzed web pages. We check the load capacity and ease of upload, download, search and information exchange in all interactive processes. All this enables, improves and expand its education works breaking down institutional barriers and space-temporary, for move, from a horizontal perspective, to meet with citizen participation.

Keywords

Spanish university radios; webs; multimedia; Educommunication

1. Introducción

Podrían considerarse las radios educativas como precursoras de las universitarias por dos factores comunes, no tener ánimo de lucro y compartir el mismo objetivo de servicio y formación a la sociedad en general y a su comunidad en particular. Asimismo, es indudable que la radio universitaria está dentro del campo de la educomunicación por su función educativa, sus objetivos comunitarios y sus usos pedagógicos en el ámbito de la educación superior universitaria.

En este contexto, la radio, como medio oral, directo, sugerente y al alcance de todos, que entretiene, informa, educa, influye y condiciona, constituye la fuente propicia para educar y formar las capacidades auditivas y la expresión oral de los oyentes, además de ofrecer múltiples posibilidades para fomentar la actitud crítica del receptor, que puede llegar a sentirse libre, feliz y autosuficiente (Aguaded y Martín Pena, 2013: 64).

A partir del momento en el que la UNESCO (1979) utiliza esta palabra compuesta, educomunicación, al manifestar la comunicación como complemento directo de la educación, llevada a cabo a través de un proceso de aprendizaje permanente, que dura toda la vida, este término se afianza como campo de estudio sobre todo en Iberoamérica antes que en Europa, que lo haría más lentamente, como ocurrirá también con el desarrollo de las radios universitarias. Así, mientras que la primera emisora universitaria de radio latinoamericana se creó en Argentina (Universidad de La Plata), en 1924, tuvieron que pasar varias décadas, en los sesenta, para que se estableciera en Europa, en Inglaterra y Francia, y una veintena de años más, casi en los ochenta, en Alemania, Portugal y España, e incluso en los noventa en Italia (Martín Pena, 2013: 52).

En España se distinguen tres etapas diferenciadas en la aparición de la radiodifusión universitaria. Las dos primeras, a partir de mediados de los setenta, de la mano de la UNED y de la Universidad de La Laguna (Radio San Fernando, hoy Radio Campus), como experimentación. Y, en los años noventa como "talleres de radio en universidades" como la UCM, Radio Complutense, Radio Universidad de Salamanca o la Radio de la Universidad de Navarra. A este respecto, las investigadoras López Vidales, Gómez Rubio y Hernando Lera (2016: 36), reparando en las observaciones de Martín Pena y Contreras Pulido, (2014: 91) señalan que la radio de la UNED debe ser considerada como un caso especial de emisora universitaria al no contar con frecuencia propia como el resto.

Profundizando más en el tema de la clasificación de emisoras universitarias, Ortiz Sobrino, Marta Lazo y Martín Pena (2016: 233) distinguen tres tipos, de acuerdo al mayor o menor grado de implicación de la institución universitaria y a su autonomía en la gestión:

- Las emisoras con apoyo institucional, coordinadas por un docente, pero gestionadas por los propios alumnos, con independencia de que sean estudiantes de comunicación, aunque la mayoría sí lo son. Éste sería el caso, entre otros, de InfoRadio (la radio de la UCM) y de Radio. Unizar (de la Universidad de Zaragoza).
- El caso de la emisora de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), que, a pesar de tener un cierto grado de autonomía en la gestión y contar con presupuesto propio, emite a través de la radio pública estatal (RNE) aunque sus producciones se realizan desde un departamento de la Universidad (Ortiz, Rodríguez y Cheval, 2014).
- Y una tercera clase de emisoras son las promovidas desde asociaciones culturales de estudiantes u otros colectivos universitarios, como colegios mayores, que cuentan con total autonomía económica y de gestión (Ortiz, Salgado y Cavadas, 2014).

De este modo, con la entrada al nuevo milenio, se produciría la expansión de una quincena de radios universitarias en tan sólo una década, con la concepción de emisoras formativas y con función de servicio social. Martín y Contreras contabilizan cerca de treinta emisoras "(...) funcionando de forma más o menos regular" (2014: 94), lo que les lleva a pensar que un tercio de cada tres universidades españolas, de titularidad pública o privada, cuenta con un canal de radio.

En 2011, con un número limitado de emisoras colaboradoras, se crea la Asociación de Radios Universitarias (ARU) con el fin de defender intereses comunes e intercambiar experiencias. Dos años después, en 2013, la ARU, contabiliza un total de 24 radios universitarias, públicas y privadas, a las que se incorporarían dos más, en 2015, la de la Universidad de Valladolid y la de Alicante. Ya en 2012 la mayoría de estas estaciones universitarias emitirán por Internet, salvo la de León y la de La Laguna que lo harían antes y en años sucesivos, 1997 y 1998 respectivamente. Algunas se manifestarán sólo a través de la Red y otras la compartirán con la Frecuencia Modulada (Ponce, 2017: 79).

Desde aquel momento, Internet se convertirá en el medio de comunicación propicio para las radios universitarias españolas, apostando por otro modelo radiofónico diferente, que, con carácter experimental, intentará expandirse en el entorno de convergencia tecnológica-comunicativa, de redes interactivas, lo que a su vez las obligaría a proyectarse sobre la renovación de sus lenguajes, de sus contenidos, más abiertos a receptores específicos e integrados en terminales multimedia. Convirtiéndose así en otro modelo de comunicación, absorbido por el fenómeno convergente (González Conde y Zamorra, 2016: 353).

¿Pero esto ha llegado a suceder?

Nos encontramos ante un fenómeno mediático relativamente reciente que requiere, por parte de instructores, docentes, coordinadores y actores de estas radios, de una idea, en cierta manera exploratoria y ciertamente intuitiva, a la hora de delimitar los elementos originales, definir el campo y establecer los contextos a los que pertenece este sistema radiofónico en Internet, sin perder el origen primigenio y la razón de ser de estas emisoras.

Aquí, la tecnología, como molde innovador, marca el rumbo competitivo a las universidades, después de haberse ofrecido como su herramienta más esencial; como un valioso soporte educativo apto para ser aplicado a una sociedad del conocimiento, cuya población pretende recibir una información continuada, al vivir inserta en entornos interactivos y participativos, propiciado por Internet (Salgado y González Conde, 2014: 199).

Para ello planteamos esta investigación que ya viene gestionándose desde hace años por estas mismas autoras, con otros estudios previos, en su definición de que "la Universidad se encuentra inmersa en un escenario de cambio en el que las nuevas fórmulas docentes en tecnología y contenidos multimedia serán los principales aliados" (Salgado, González y Zamorra; 2013: 613) En esta ocasión partimos de otra serie de cuestiones o razonamientos previos, que proceden de la misma institución y la vinculan con la radio en Internet: ¿las radios universitarias han transformado la concepción de emisora tradicional, no sólo desde aspectos técnicos o tecnológicos sino también comunicativos y de funcionamiento? ¿Con esta nueva visión multimediática se ha modificado o mejorado en algo el modelo educomunicativo radiofónico, ya demostrado desde las enseñanzas pitagóricas a través de la técnica de la "acusmática", o con el desarrollo de la radio educativa dentro y fuera de nuestro país?

1.1. Objetivos de la investigación

El artículo se centra, pues, en el análisis comunicativo que se aproxima, por vía descriptiva, a la presencia, alcance, posicionamiento y significado de estas radios universitarias en la actualidad. Con este objetivo se comienza realizando un vaciado bibliográfico y análisis de la literatura sobre el tema de investigación para establecer el estado de la cuestión o perspectiva histórica de este tipo de emisoras, continuando con la observación de su presencia en la web, con la muestra de algunas de sus páginas que han sido seleccionadas, bajo un criterio representativo y cercano al modelo educomunicativo que aquí se presenta. De acuerdo a estos objetivos, hemos elegido cinco de titularidad pública y una privada, extendidas a lo largo del territorio nacional, y pertenecientes a la Asociación de Radios Universitarias (ARU).

De este modo, una vez revisada la literatura existente en España hasta estos momentos sobre el tema de nuestra investigación planteamos los siguientes objetivos:

- Analizar la trayectoria y situación actual de las experiencias llevadas a cabo por diferentes emisoras universitarias.
- Indagar sobre su integración en el sistema multimedia y presencia en las principales redes sociales.
- Examinar, diferenciar y contrastar sus aportaciones y usos para un mayor rendimiento expresivo y comunicativo de sus actividades.

Con el objetivo último de ofrecer, tras los resultados empíricos obtenidos, una serie de reflexiones o notas aclaratorias, destinados a los responsables de las instituciones universitarias y de estas radios, a docentes, discentes, profesionales y empresas de comunicación, así como a la sociedad en general, que puedan servir de motivación e impulso para dinamizar el mantenimiento, eficacia y perdurabilidad de estas herramientas educomunicativas que son las radios universitarias españolas.

Estamos en el momento adecuado para examinar las nuevas perspectivas que presentan las radios universitarias. La todavía insuficiente información sobre ellas nos facilita la labor de darlas a conocer a

toda la comunidad científica y universitaria, así como a las instituciones y personas que puedan encontrar en estos nuevos medios y servicios otros recursos para la comunicación, educación y formación permanente (Martín Pena y Aguaded, 2016; Marta Lazo y González Aldea, 2012; Piñeiro y Ramos, 2011).

De acuerdo a las apreciaciones de Ortiz Sobrino, Marta Lazo y Martín Pena cerca del 70% de las universidades españolas son de carácter público pero sólo un tercio de ellas (el 34%) cuenta con una radio universitaria. De lo que se desprende que a pesar de la facilidad técnica y de difusión, y abaratamiento en la producción de contenidos con la emisión a través de la Red, "(...) las Universidades no terminan de apostar por este nuevo modelo de comunicación alternativa: ni como canal de información ni como centros de entrenamiento, capacitación e innovación pedagógica" (2016: 235). A pesar de que, como afirman Marta Lazo y Martín Pena (2014: 9) las emisoras universitarias representen un modelo distinto de "hacer radio", en cuanto a su contexto de actuación, agentes, temáticas y audiencia específica.

Por todo ello, el presente artículo trata de ser un vehículo de dinamismo y expansión: ofrecer un panorama amplio y asequible para los destinatarios de las experiencias y resultados obtenidos hasta ahora.

1.2. Estado de la cuestión

El objeto de estudio de la radio universitaria es relativamente reciente, en Europa y sobre todo en nuestro país, poco menos de dos décadas, lo que requiere un largo camino por recorrer.

La primera investigación, en España, que relaciona el medio radiofónico con la Universidad data del año 2000 y es llevada a cabo por una de las autoras de este artículo, González Conde, que, en su tesis doctoral titulada: "Información universitaria en la radio pública. Radio 5 Todo-Noticias", hace referencia a la necesidad de un acercamiento, esfuerzo y cooperación de las radios universitarias en los intereses de ofrecer un servicio público a la Universidad y al resto de la sociedad (Ponce, 2017: 23).

Por otro lado, numerosos investigadores de la comunicación radiofónica (Rodero y Sánchez, 2007; Perona y Barbeito, 2010; Piñeiro y Ramos, 2011; Marta y Segura, 2011; Vázquez, Martín y Parejo, 2015) reivindican un mayor estudio de este tipo de emisoras, que como el mismo medio radiofónico, siguen siendo los grandes desconocidos. Estudios que creen estos autores que debe partir de la Universidad desde dos perspectivas: la investigación y la pedagogía, lo que a su vez exige, por una parte, de una mayor solvencia económica para la realización de trabajos eficaces y factibles de docentes e investigadores y, por otra, que la Universidad los lidere a través de programas que acerquen la radio a la sociedad.

Asimismo, la creación de ARU (Asociación de Radios Universitarias) en 2011, impulsará el desarrollo de investigaciones y publicaciones a este respecto, como el monográfico titulado: "La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática", coordinado por José Ignacio Aguaded y Paloma Contreras. Además de un segundo libro promovido por ARU: "Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica", esta vez coordinado por Cinta Espino y Daniel Martín. Un tercer monográfico en 2013 titulado: "+ Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las radios universitarias", coordinado por Paloma Contreras y Macarena Parejo. Un año después, 2014, Miguel Ángel Ortiz y Daniel Martín, como presidentes saliente y entrante de la ARU, respectivamente, editan "Las radios universitarias en América y Europa". Y, en 2016, un último libro patrocinado por esta Asociación: "La radio universitaria. Gestión de la información, análisis y modelos de organización", de la mano de Daniel Martín, Macarena Parejo y Agustín Vivas.

Entre los objetivos destacados de esta Asociación, que aparecen en su página web, figuran, además de promover el desarrollo de nuevos formatos radiofónicos, promover programas con contenidos educativos, formativos, científicos, culturales, creativos, medioambientales o de bienestar social, de deporte o salud, entre otros.

En este sentido, autores como Aguaded y Contreras (2011) o Perona (2012) insisten en señalar que las radios universitarias son medios alternativos, propiciadores de formación en la opinión crítica y solidaria de sus oyentes; portadores de ciencia y saber lo que sirve de mejora y transformación de la realidad social, y afianza su conexión educocomunicativa.

Destacando ese papel alternativo de la radio universitaria, sobre todo en lo que respecta a sus contenidos y a las Facultades de Periodismo y Comunicación, distintos autores españoles y latinoamericanos, (Fidalgo, 2009; Martín, 2013; Vázquez, 2013; Ortiz, Rodríguez y Cheval, 2014; Marta y

Martín, 2014; Espino, 2014; Marta y Anaya, 2014; López, Gómez y Hernando, 2016; entre otros) coinciden en reseñar que las radios universitarias deben diferenciar su programación del resto de radios convencionales con espacios dedicados a la cultura, al arte, a la ciencia o a diversos temas de colectivos sociales más desfavorecidos. Asimismo, como expresan Ortiz Sobrino, Marta Lazo y Martín Pena (2016: 47): "En las radios de ámbito académico superior, los alumnos de los grados en Comunicación tienen una oportunidad para experimentar nuevos formatos y técnicas para la comunicación radiofónica".

1.3. La radio universitaria online y su dimensión educativa e informativa

Como decimos, la tarea educativa debe entenderse inserta en una realidad interactiva donde lo comunicativo y educativo se acerquen y sean complementarios. Tanto la selección cultural de los contenidos curriculares, como su organización y secuenciación son el futuro de una educación vinculada a los medios de comunicación, como ya se desprende de la Conferencia internacional de la UNESCO: "La Educación en materia de Comunicación incluye todas las formas de estudiar, enseñar y aprender a todos los niveles (...)" (UNESCO, 1979).

Diversos autores (Blanco, 2007; Gutiérrez y Rodríguez, 2010; Ortiz 2011; Perona 2011; Marta y Segura, 2014; González, Zamorra y Salgado, 2015; López, Gómez y Hernando, 2016; entre otros) señalan el gran potencial educativo de la radio online al facilitar la escucha tanto en *streaming* como en *podcast*, con las garantías que este último posibilita por su ubicuidad, participación activa, profundización en los contenidos tratados y variedad de formatos y recursos didácticos expresivos, no sólo sonoros, y por su capacidad de poder ser utilizados como referente y herramienta formativa complementaria.

Por otro lado, la función comunicativa e informativa ha estado siempre presente y de manera constante en el medio radiofónico, de acuerdo a su especial idiosincrasia y al modo de enfrentarse a la realidad social, no sólo a través de sus citas para tal efecto, como los diarios hablados, boletines horarios, flashes informativos o crónicas, ni tampoco como un elemento aislado, ajeno a la programación general, sino como una consecuencia vital y natural de su direccionalidad e inmediatez. Además, la información de actualidad siempre ha ocupado un lugar privilegiado en la radio, por su constante seguimiento y actualización de datos. La radio ha convertido el hecho informativo en un contenido imprescindible en su oferta y en una necesidad irrenunciable para el oyente.

En estos momentos, gracias a la radio en Internet, no sólo se da celeridad y primicia a la información emitida, sino que ésta debe ser contextualizada, explicada, profundizada y discutida con el mayor número de análisis, ideas, opiniones o comentarios, y a través de otros formatos y soportes, además del sonoro, lo que enriquece aún más su carácter primigenio informativo y comunicativo.

Asimismo, es preciso señalar que la incorporación de estos nuevos recursos tecnológicos en la audición radiofónica modifica la percepción informativa espacio temporal de la actualidad, amplía su ángulo de visión, renueva su enfoque, da más color, más profundidad e incluso mayor alcance a la realidad misma.

A este respecto, las instituciones educativas universitarias tienen que estar presentes en este proceso evolutivo y mostrar una máxima sensibilización en relación a los cambios de la realidad social que se está produciendo. Y, del mismo modo, los promotores de las radios universitarias y sus responsables docentes deben conocer este procesamiento comunicativo, analizarlo, controlarlo e incluirlo en la metodología de su enseñanza, no como factor sustitutivo sino como herramienta integradora de formación.

Jóvenes con habilidades cognitivas que les permiten acceder fácilmente a los nuevos desarrollos tecnológicos, ya no solo para consumir, sino para producir y distribuir contenidos. Por esta razón, la responsabilidad no solo está en cómo analizan y escogen críticamente los mensajes, sino ahora con el ingrediente nuevo, es necesario formarlos para que esos contenidos que ponen a circular socialmente, estén contruidos con responsabilidad y conociendo sus consecuencias (Sandoval y Aguaded, 2012: 15).

Es preciso seguir investigando sobre los beneficios de este proceso comunicativo-informativo-formativo que lleva implícita la radio. Aspectos tecnológicos, culturales y sociopolíticos que determinan en gran medida la innovación educativa y configuran las estrategias beneficiosas de estos nuevos recursos y medios en la enseñanza superior universitaria.

2. Metodología

La presente investigación se ha desarrollado por medio de dos técnicas principales: a través de la revisión analítica de la literatura científica sobre el tema, lo que nos ha proporcionado aportar una información contratada en las líneas generales de su marco teórico, y el acercamiento a la realidad en la estructura, ocupación y tendencias informativas en las radios universitarias que hemos llevado a análisis, según los parámetros y contextos comunicacionales y de acuerdo a las hipótesis de partida.

Para dar respuesta a las preguntas iniciales de la investigación se procedió a construir una muestra en base a los siguientes parámetros:

- La observación, análisis y valoración de páginas web de las radios universitarias, pertenecientes a la ARU, bajo un criterio de selección, cercano a los objetivos perseguidos por nuestra investigación.
- Dentro de un periodo consecutivo de una semana de análisis: del 15 al 19 de mayo de 2017, elegido de manera aleatoria.
- Este método se ha completado mediante consultas y entrevistas telefónicas a responsables y expertos de estas emisoras.
- A lo que también se ha incorporado la técnica de participación directa en una de estas radios (InfoRadio) para conocer más de cerca la labor de sus estudiantes y coordinadores.
- Un planteamiento que debe considerarse abierto a otras aportaciones a la investigación al encontrarnos sólo en una fase inicial de desarrollo y sistematización analítica.

Con el fin de dotar nuestro estudio de un carácter cualitativo, los datos obtenidos de nuestra observación y vaciado documental se someterán a una sistematización para elaborar unas categorías definidoras.

3. Resultados de nuestro estudio

A la hora de afrontar el trabajo empírico, las vías que se han utilizado para elaborarlo han sido fundamentalmente las páginas webs oficiales de cada radio universitaria analizadas.

Se ha realizado un estudio descriptivo de cada una de ellas, una comparación de las noticias más destacadas de una semana entera y un seguimiento de sus redes sociales. Para este estudio descriptivo de cada una de estas radios analizadas se ha recopilado la información que ellas mismas ofrecen (su historia, localización, los componentes de las radios, sus instalaciones, *podcast*, etc.)

En este análisis presentamos estas seis radios universitarias españolas:

- 1) Radio Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH)
- 2) Radio USAL de la Universidad de Salamanca (USAL)
- 3) Radio Universitaria de la Universidad de Navarra (Unav)
- 4) Radio de la Universidad Complutense de Madrid (InfoRadio)
- 5) Radio Universitaria de la Universidad de León (Unileón)
- 6) Radio de la Universidad de Valladolid (UVa)

Todas las radios universitarias analizadas disponen de webs oficiales enlazadas con las respectivas webs de sus universidades además de redes sociales en las que van actualizando día a día información sobre sus contenidos, programación y novedades de cada una de ellas. Las webs diseñadas con distintos modelos y diferentes secciones se han examinado para abarcar la máxima información posible de cada radio, plasmándolo en el estudio descriptivo de cada una de ellas.

3.1. Radio Universidad Miguel Hernández (Radio UMH)

3.1.1. Análisis descriptivo

La Universidad Miguel Hernández de Elche (Alicante) cuenta con varios campus repartidos por diferentes localidades.

Su radio "Radio UMH" se inauguró el 8 de marzo de 2008 y se localiza en tres campus distintos: Campus de Elche, Campus de Sant Joan d'Alacant y Campus de Orihuela.

La página web oficial es www.radio.umh.es y está disponible en español, inglés y valenciano. Se puede escuchar por toda la provincia alicantina sintonizando la frecuencia modulada 99.5 FM o directamente a través de la web.

La Radio UMH es reconocida por su distinguido historial de "Premios" desde 2014, entre ellos destacan:

- La I y II Edición del Premio de Radio Joven Asociación de Radios Universitarias (ARU), en la categoría "Mejor Programa".
- Premio Internacional de comunicación política *Victory Awards*.
- Premio Medalla de Bronce Cruz Roja Alicante.

En las diferentes secciones de la página web oficial, se encuentra la "Fonoteca" donde se puede escuchar y descargar cualquier programa de Radio UMH.

En el apartado de "Galería de imágenes" parece una gran variedad de fotografías e imágenes de las noticias relacionadas con la radio.

Asimismo, la sección de "Enlaces" facilita las páginas web oficiales de numerosas radios universitarias españolas e internacionales y la de "divulgación científica" recoge todos los *podcast* cuya temática es la ciencia.

3.1.2. Noticias destacadas durante la semana (15-19 de mayo de 2017)

Tabla 1. Web Radio UMH

Día	Nº noticias	Programa / Noticia destacada web	Temática	Programa	Colaboradores
Lunes	8	Entrevista a la investigadora Consuelo Guerri, investigadora (Centro de Investigación Príncipe Felipe, de Valencia)	Social Consumo drogas y jóvenes	"Consentido" Semanal	Periodista especializada en adicciones Profesor de psicología de la UMH. Centro de Investigación Príncipe Felipe, de Valencia
Martes	11	Presentación de un nuevo programa	Médico	"Promoción de la salud"	Catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública
Miércoles	10	La profesión periodística	Social Periodístico	"Rec Radio"	Estudiantes, Docentes periodistas
Jueves	7	La actualidad cultural de la Universidad Miguel Hernández	Universidad Cultura	"Extiéndete"	Extensión Universitaria y Promoción Lingüística de la UMH
Viernes	13	Convocatoria de la X edición Premios "Micrófono UMH". Curso 2016-17	Universidad Radio	"Micrófono UMH"	Coordinadores y participantes de la radio

Fuente: Elaboración Propia (Página web Radio UMH)

Queremos resaltar del espacio analizado, que pudiera considerarse como exponente de la programación general de esta radio su variedad temática: ciencia, medicina, cultura y periodismo; los colaboradores y personas invitadas (especialistas y académicos). Así como su contribución científica, cultural y social que proyecta al exterior. Sin embargo, creemos que adolece de una participación más directa de los alumnos.

3.1.3. Seguimiento redes sociales

Encontramos a Radio UMH en las principales redes sociales:

- Facebook: Radio UMH con 2114 "me gusta".
- Twitter: @UMH con 2821 seguidores.

Cabe destacar que es bastante activa en ambas plataformas. En su cuenta de Facebook por ejemplo anuncia las novedades de la semana, nuevas colaboraciones en radio, los programas ya emitidos con un enlace directo al *podcast* e incluso sorteos para los seguidores.

En cuanto a Twitter, lo utilizan de una manera más dinámica, publican varios tuits al día de tal manera que el seguidor pueda estar al corriente de la programación diaria y obviamente, facilitando enlaces de los *podcast*.

3.2. Radio de la Universidad de Salamanca (Radio USAL)

3.2.1 Análisis descriptivo

Se trata de la radio de esta prestigiosa Universidad, que en 2018 cumplirá ocho siglos de existencia, por lo que el campus salmantino se convierte en un verdadero reclamo nacional e internacional.

Todos los caminos de Radio USAL parten de una base común: su página web. En la www.radio.usal.es existe una variada información del panorama universitario. Aunque la 'Home' ya nos proporciona todas las noticias más recientes en distintos soportes (*podcast*, artículos, imágenes...), sus pestañas superiores nos dirigen hacia sus programas, parrilla de programación, colaboradores, contacto y el programa en directo.

3.2.2. Noticias destacadas durante la semana (15-19 de mayo de 2017)

En ella se encuentran diversas sesiones y epígrafes, como *podcast* con entrevistas a personalidades ilustres vinculadas a la Universidad y numerosos reportajes que desgranar la historia de la Universidad de Salamanca siglo a siglo. Además de una decena de *podcast* a disposición del público para conocer a fondo todos los detalles de los ochocientos años de la institución. La sección de "Testimonios" es una de las más llamativas de Radio USAL porque incluye declaraciones de Antiguos Alumnos de la Universidad y de otras personalidades del mundo del Periodismo y no directamente relacionadas con la institución. Encontramos, por ejemplo, el testimonio de Vicente Vallés (Antena 3 Noticias) o Sergio Martín (TVE), entre otros.

Además de este apartado especial dedicado al próximo aniversario de la Universidad de Salamanca, cuenta con programas de todos los ámbitos cotidianos, no sólo de puertas a dentro de la institución sino fuera de ella, de temática muy variada: deportes, cultura, música, cine, ciencia, literatura, psicología, magacines o sociedad.

Al tratarse de una radio con contenido fundamentalmente radiofónico, la página web de Radio USAL adjunta los *podcast* a todas las noticias escritas presentes en la 'Home'.

Recogemos algunas de las noticias que destacan en la semana analizada:

- "Ven a vivir la ciencia en directo en la radio".
- "El próximo lunes". Con el psicólogo Miguel Guevara Espinar.
- "Lanzadera de empleo en Salamanca".
- "Un parque para personas con parálisis cerebral: el nuevo logro de ASPACE".
- "La USAL, centro de la comunicación en las universidades".

En nuestro periodo de análisis descubrimos que la temática más frecuente es sobre ciencia, psicología, sociedad, empleo, discapacidad y multitud de temas universitarios.

De ella también destacamos la visión localista, social, abierta y participativa de sus contenidos.

3.2.3. Seguimiento redes sociales

Encontramos a Radio USAL en las principales redes sociales:

- FACEBOOK: Radio de la Universidad de Salamanca – 1486 "me gusta".

- TWITTER: @RadioUSAL – 2094 seguidores.

Como es habitual en todas las radios que se apoyan a su vez en redes sociales, la USAL utiliza Facebook y Twitter para mover sus propios contenidos tanto escritos, como en *podcast*. Del mismo modo, se ayudan no sólo de enlaces sino también de fotografías de distintos eventos universitarios para posibilitar un mejor seguimiento a los no presentes.

3.3. Radio Universidad de Navarra (Radio Unav)

3.3.1. Análisis descriptivo

Esta emisora de radio de la Universidad de Navarra se puede consumir tanto a través de la escucha en directo de su programación, vía *streaming*, como mediante los servicios de radio a la carta, en espacios de *podcasting* y redes sociales.

Su página web oficial (www.unav.edu/web/vida-universitaria/radio) está disponible también en inglés.

Los temas que aparecen con mayor frecuencia versan sobre actualidad informativa, cultura, música, solidaridad, deporte, historia o creación sonora; como el resto de radios universitarias da especial énfasis a la vida en el campus y a la actividad investigadora. También trata temas de contenido local de Navarra.

La web cuenta con tres secciones además de las noticias más destacadas. En el apartado de "Programación" de Radio Universidad de Navarra, aparece la combinación de programas radiofónicos variados con musicales. Los primeros, suelen ser programas mosaico de 1 hora aproximada o microespacios de diversas temáticas. En cuanto a los musicales -poco más de veinte-, emiten temas clásicos de calidad pero, sobre todo, música emergente, no comercial, dentro y fuera del ámbito nacional.

En la sección "En Línea", Radio Universidad de Navarra presenta dos tipos de escucha. La emisión en *streaming* para la radio en directo y con el sistema de *podcasting*.

3.3.2. Noticias destacadas durante la semana (15-19 de mayo de 2017)

Tabla 2. Web Radio Unav

Día	Programa / Noticia destacada web	Temática	Colaboradores	Actualidad
Lunes	"Antichapas" (Mejor montaje de radio)	Magacín	Alumnos	Galardonado en los premios Radio Joven de ARU
Martes	"La Radio eres tú"	Radio	Alumnos	Día Mundial de la Radio 2017
Miércoles	"Por 13 razones"	TV	Alumnos	Nueva serie de éxito de <i>Netflix</i>
Jueves	XVII Concurso Pop-Rock	Música	Alumnos	Final del XVII Concurso Pop-Rock Cantautores de la Universidad
Viernes	La Universidad, entre las cinco mejores de España	Universidad	Alumnos Rectorado	Ranking de calidad universitaria

Fuente: Elaboración Propia (Página web Radio Unav)

Destacamos de esta sección: la colaboración intensa de los alumnos en la radio, la autopromoción de esta universidad privada en relación con las públicas analizadas a través de la emisión de programas universitarios relacionados con concursos y premios.

3.3.3. Seguimiento redes sociales

Encontramos a Radio Universidad de Navarra en Twitter con 2205 seguidores, la cuenta es @radiounav. Hasta la fecha, ha publicado más de 6800 tuits. Su actividad en esta red social durante la semana analizada ha sido diferente a las cuentas de las otras radios. @radiounav ha retuiteado numerosas publicaciones de alumnos de la universidad, de colaboradores de Radio Universitaria y alguna noticia

relacionada con el mundo de la radio. De esta forma, los *podcast* de los colaboradores y alumnos pueden llegar a más audiencia y se sigue fomentando un espíritu claramente radiofónico.

3.4. Radio de la Universidad Complutense de Madrid (InfoRadio)

3.4.1. Análisis Descriptivo

InfoRadio nace en 2009, con el objetivo de que los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Información -Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad- cuenten con un medio en donde realizar sus prácticas profesionales. Al frente de este proyecto y durante casi una década se encontraba, al realizar este estudio, Miguel Ángel Ortiz Sobrino, profesional, investigador y también profesor de este Centro.

InfoRadio se distingue por una programación muy variada, con más de 30 programas de información, entretenimiento, cultura, deportes, universidad, música, cine y entrevistas, diseñados y ejecutados por los mismos alumnos que, en distintos periodos y bloques, realizan allí sus prácticas.

Se considera esta radio universitaria como una de las más importantes e influyentes del panorama radiofónico español, ya que son cientos de alumnos de Comunicación los que cada año pasan por sus micrófonos, ya sea como requisito académico en asignaturas dedicadas a la información radiofónica como por experiencia profesional en radio.

La forma más habitual de sintonizar InfoRadio es a través de Internet, por lo que el botón más llamativo de la 'Home' de su página web nos invita a reproducir la emisión de cada momento. Ya sea a través de un ordenador o a través de cualquier dispositivo móvil.

Del mismo modo, la página web de InfoRadio realiza una división de sus contenidos para que sean más accesibles a sus consumidores. Así existen diferentes pestañas de localización como: "Explorar" o "Biblioteca y Podcast". La primera permite encontrar noticias y *podcast* en una primera instancia sin estar obligados a rastrear la web por completo; basta con introducir los términos clave para que el motor de búsqueda nos facilite en décimas de segundo el contenido al que queramos acceder en el dominio de InfoRadio. En "Biblioteca y Podcast" se agrupan los contenidos de la radio de la Universidad Complutense de Madrid. Programas como 'El Graderío', 'De ida y vuelta', 'Guerra de Medios' o 'La Otra Mañana' que incluyen sus diversos temas de *podcast*.

3.4.2. Noticias destacadas durante la semana (15-19 de mayo de 2017)

La 'Home' de InfoRadio nos ofrece, a primera vista, las noticias más recientes tanto de forma interna como de manera externa, es decir, tratan noticias que tienen un prisma puramente universitario como pueden ser las Elecciones al Decanato y otras con un enfoque externo que están relacionadas con la actualidad nacional e internacional.

Durante la semana analizada, encontramos un único tema estrella en su página web: la elección a Decano de la Facultad de Ciencias de la Información, por lo que este periodo no es representativo de la variedad temática de su contenido general.

En la semana del 15 a 19 de mayo, InfoRadio emite un programa especial diario, que cuenta con la presencia de cada uno de los cuatro candidatos a Decano: "Elecciones al Decanato: programas especiales".

Además de este asunto decisivo para la Facultad, encontramos una entrevista a Inés Ballester, en el programa "La Guerra de los Medios". A lo largo de casi una hora se repasan diferentes aspectos personales y profesionales: desde su actividad periodística como presentadora del programa televisivo "Amigas y conocidas" -en las mañanas de Televisión Española, TV1- a su faceta como escritora.

3.4.3 Redes Sociales

Podemos encontrar varios perfiles de InfoRadio en las diversas redes sociales:

- TWITTER: @inforadio_ucm – 2228 seguidores.
- FACEBOOK: INFORADIO UCM – 505 "me gusta".
- INSTAGRAM: @inforadio_ucm – 226 seguidores.

InfoRadio se apoya en sus tres redes sociales con el objetivo de promocionar sus contenidos a través de otros canales. En Twitter y Facebook, se encargan de recordar a sus seguidores algunas noticias a través de enlaces a *podcast*, o a artículos de la web. Mientras que Instagram lo utilizan más a modo anecdótico para dejar algunas imágenes de entrevistas ilustres, o como anuncio de ciertas novedades.

3.5. Radio de la Universidad de León (Radio UniLeón/ULE)

3.5.1. Análisis descriptivo

Radio UniLeón de la Universidad de León nace oficialmente en el año 2000 y tanto la parte organizativa como la parte técnica ha estado siempre en manos de los alumnos. A día de hoy, cuenta con dos campus, uno en Ponferrada y otro en León y se puede escuchar sintonizando la frecuencia modulada 106.6 FM o en directo a través de su página web oficial www.radiouniversitaria.com.

En su 'Home' ofrecen todos sus contenidos e información sobre Radio UniLeón, mediante unos apartados en la zona derecha de la página.

Cuenta con distintas secciones como "Quiénes somos", donde se explica la historia de la Universidad y cómo apareció la idea de formar una radio. Por su parte, "Escúchanos" es la página principal de esta radio universitaria y aquí se ofrecen los últimos programas emitidos en diferentes plataformas.

Una de las novedades que están poniendo en marcha es una nueva sección, "Míranos" en la que se pretende que los oyentes-usuarios tengan la posibilidad de ver en directo y a través de la web la realización de los programas.

En cuanto a la localización de programas, la web también dispone de un calendario virtual por el que se puede elegir la fecha y hora de cualquier programa para su audición. UniLeón realiza 32 programas de temática variada que se emiten desde las nueve de la mañana hasta las once de la noche, de forma ininterrumpida de lunes a viernes.

La sección de *podcast* tiene un formato muy atractivo a la vista y de muy fácil uso. Asimismo, en la de "Enlaces" se pueden encontrar numerosos hipervínculos hacia las webs de otras radios universitarias españolas e internacionales.

3.5.2. Noticias destacadas durante la semana (15-19 de mayo de 2017)

Tabla 3. Web Radio UniLeón (ULE)

Día	Programa / Noticia destacada web	Temática
Lunes	"Los virus entéricos representan un serio problema para la Salud Pública"	Ciencia
Martes	"El equipo de balonmano femenino de la ULE ganó el pasado fin de semana el ascenso a la División Honor Plata"	Universidad Deporte
Miércoles	"La escuela de Minas de la ULE inaugura una muestra de arte sobre la Cueva de Llamazares"	Universidad Investigación Arte Local
Jueves	"Del aula al museo, primer plan de colaboración entre la ULE y los Museos de León"	Arte Universidad Local
Viernes	"Los crímenes contra la humanidad en la literatura y el cine, a debate en la ULE"	Literatura Cine Universidad

Fuente: Elaboración Propia (Página web Radio UniLeón (ULE))

Se comprueba en el análisis del contenido de "las noticias más destacadas de la semana" que la temática informativa es muy variada pero predominan los temas relacionados con las ciencias, el arte, la investigación y sobre todo, potentes objetivos promocionales y colaborativos de la Universidad con su ciudad y sus instituciones culturales.

3.5.3. Seguimiento redes sociales

Radio Universitaria tiene una cuenta en Twitter con 677 seguidores y cuyo nombre es @RadioUnileon. Hasta la fecha de hoy, han publicado 2189 tuits.

A lo largo de esta semana, desde el lunes 15 de mayo, @RadioUnileon ha publicado nueve tuits en su cuenta, informando sobre los programas radiofónicos realizados durante la semana con el hashtag #podcast.

3.6. Radio Universidad de Valladolid (UVa)

3.6.1 Análisis Descriptivo

La radio vallisoletana destaca por ser un proyecto abierto a la cooperación de cualquier alumno de la comunidad universitaria. Además, ofrece a su público la posibilidad de proponer algunos programas y emisiones que aún no se encuentran en parrilla. Esta invitación a la participación y colaboración la convierten en una de las emisoras más dinámicas y abiertas del panorama universitario español.

Fue fundada en 2012 como emisora de la Universidad de Valladolid y proyecto de prácticas docentes para los alumnos de Periodismo, y participa como el resto de las radios universitarias analizadas en la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU).

Cuenta con un informativo propio y una programación variada, con programas sobre humor, cine o música, entre otros temas de información y entretenimiento. Además, posee una de las páginas web de mayor contenido en comparación con el resto de emisoras analizadas.

Con dirección <http://www.radiouva.es> la 'Home' da la opción de escuchar emisiones en directo de manera rápida y sencilla para sintonizar la Radio UVa con cualquier dispositivo.

Uno de los apartados más llamativos es el de Radio AULA, un proyecto donde los alumnos serán los encargados de elaborar la materia teórica, en lugar de los profesores.

En Radio UVA encontramos hasta 15 programas distintos que abarcan todos los ámbitos de la vida cotidiana: deportes, sociedad, política, cultura, cine, etc. La página web de la emisora vallisoletana cuenta con un apartado específico para estos programas y un buscador y localizador de contenidos.

En esta misma línea de programación, vemos que Radio UVa también incluye una herramienta que facilita encontrar los programas que no se han podido escuchar en directo 'Radio a la Carta'. En este apartado encontramos las emisiones ordenadas por fecha reciente. Cada programa cuelga en la red su *podcast*, acompañado de una pequeña sinopsis, que contextualice al usuario y da la opción de que los consumidores no se limiten a la escucha online sino que además puedan descargarlo y guardarlo en su archivo personal.

Otro apartado llamativo de Radio UVa es 'Entérate'. Se trata de una sección de fácil acceso a través de su página web donde se pueden encontrar eventos, prácticas, exposiciones, seminarios, clases e incluso el contenido de las asignaturas. Además, de entrevistas y reportajes sobre la historia de la Universidad de Valladolid, información sobre visitas culturales, música o cualquier otro tipo de actividad de ocio y entretenimiento.

Radio UVa se emite única y exclusivamente a través de la red. También incorpora en su página web un calendario semanal, 'Radio a la Carta', donde sitúa las emisiones de los 15 programas con los que cuenta.

En la 'Home' destaca, además el botón de 'Escucha en directo', con la presencia de sus noticias más recientes, a través de este servicio de *podcasting*. Unos *podcast* de fácil acceso tanto en la portada como en las secciones en donde se ofrecen.

3.6.2. Noticias destacadas de la semana (15-19 de mayo de 2017)

Tabla 4. Web Radio UVa

Contenidos destacados en la portada de la web	Temática	Colaboración
"¿Hacemos un máster?"	Universidad Docencia	Docentes
"Marcha por la ciencia en Valladolid"	Universidad Actividad cultural Local	Asociación de Investigadores de Castilla y León
"Las vidas de las palabras"	Universidad Lengua Literatura	Facultad de Filosofía y Letras. ("III Jornada del español")
"VIII Jornadas de Periodismo Social"	Universidad Periodismo	

Fuente: Elaboración Propia (Página web Radio UVa)

Como Radio UVa apenas informa a través de información escrita, salvo en ciertos contenidos. Las noticias más recientes no son artículos que aparecen en portada sino los *podcast* de los diferentes programas. Predomina la información universitaria interna sobre cualquier otra temática informativa.

3.6.3. Seguimiento redes sociales

Radio UVa, está en tres redes sociales:

- Twitter: @Radio_UVa – 1074 seguidores.
- Facebook: Radio UVa – 1072 "me gusta".
- Youtube: Radio Uva.

Las dos primeras redes son las más utilizadas por la Radio de la Universidad de Valladolid para impulsar su contenido. Es de sobra conocido el impulso que le da a cualquier contenido el formato de vídeo, pero hay que decir que Radio Uva apenas utiliza este soporte en YouTube: solamente dos vídeos en el último año.

Las cuentas de Twitter y Facebook son usados para promocionar sus contenidos escritos de 'Entérate' y sobre todo para promocionar sus *podcast* tanto como contenido novedoso como con la etiqueta de 'Radio a la Carta', de modo que sus seguidores sean conscientes de que pueden volver a disfrutar de los programas en la página web.

4. Discusión de resultados. Comparación y cuantificación de las noticias más destacadas

A partir del estudio realizado sobre las distintas radios de la Universidad de Navarra, Universidad de Salamanca, Universidad de Valladolid, Universidad de León, Universidad Complutense y la Universidad Miguel Hernández de Elche, hemos podido obtener algunas variables comparativas entre sí, que exponemos en la siguiente tabla.

Tabla 5. Indicadores comunes a las páginas web analizadas. Rasgos generales

RADIO	Emisión		Otro Idioma	Premios ARU		Programa Divulgación Científica	Redes Sociales
	FM	URL		Nº	Categoría		
UMH	99.5	www.radio.umh.es	Inglés/ Valenciano	2	Mejor Programa	Si	Facebook, Twitter
USAL	89.0	www.radio.usal.es	No	No	---	Si	Facebook, Twitter

Unav	No	www.unav.edu/web/vida-universitaria/radio	Inglés	1	Mejor Montaje Radiofónico	Si	Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, ISSUU
InfoRadio	No	www.inforadioucm.es	No	No	---	Si	Facebook, Twitter, Instagram
UniLeón	106.6	www.radiouniversitaria.com	No	No	---	Si	Twitter
UVa	No	www.radiouva.es	No	No	---	Si	Facebook, Twitter, Youtube

Fuente: Elaboración Propia (Páginas web de las radios analizadas)

Un aspecto importante a destacar en este cuadro comparativo es la manera de difusión de estas emisoras universitarias, que además de la habitual transmisión radial por frecuencia modulada (FM) ahora también pueden escucharse por vía Internet, siempre a través de la página web oficial. Ambas fórmulas pueden realizarse en directo, y tiempo real o en diferido. Como observamos en la tabla, existe variación entre ellas.

Asimismo, partimos de otra serie de variables, recogidas entre sus características más concurrentes entre ellas:

a) Noticias expuestas en la página principal de la Web

La primera variable que debemos tratar es la del número de noticias. Como hemos podido apreciar durante el estudio, la Universidad Miguel Hernández de Elche es la que más noticias proporciona. Su flujo de información en la portada de su sitio web es notoriamente superior a cualquiera de las otras, sobre todo si la comparamos con la Universidad Complutense o con la Universidad de León.

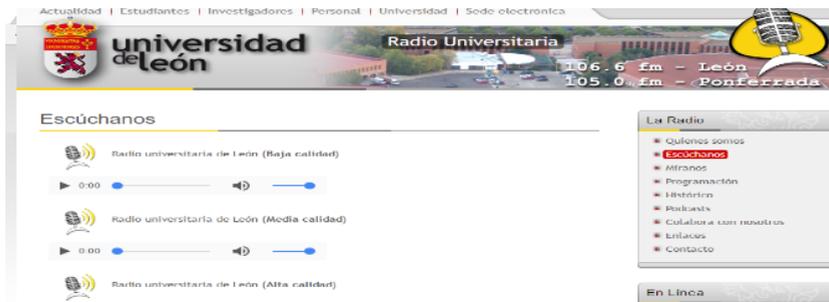
A pesar de un enfoque similar en todas ellas -combinan en mayor o menor medida noticias escritas con sus respectivos *podcast*-, contrasta sobremedida la 'Home' de la Universidad Miguel Hernández con la de la Universidad de León, tanto en el tratamiento de la información como en la cantidad de noticias y la extensión de las mismas, detalles que influyen directamente en las preferencias del consumidor sobre uno u otro producto.



Fuente: Home de Radio UMH (Universidad Miguel Hernández)

b) Cuidado y aspecto formal de la portada web

La Radio de la Universidad Miguel Hernández de Elche cuenta con una página web nutrida de distintos elementos que la hacen llamativa para los usuarios: imágenes, texto escrito y el denominador común en todas ellas: los *podcast*. Esta distribución contrasta de forma considerable con el caso de la Universidad de León, ya que esta se limita a colocar en portada los *podcast* sin ningún tipo de acompañamiento ni de texto ni de imagen.



Fuente: Home de Radio ULE (Universidad de León)

Si bien estas dos radios universitarias son antagónicas entre sí, hay que destacar que la Universidad de Salamanca también cuida el aspecto de su 'Home' y la actualidad de las noticias que publica. El código de Radio USAL es texto–imagen–podcast, similar al de Radio UVa aunque con un aspecto más cuidado y llamativo para los consumidores de este producto.



Fuente: Home de Radio UVA (Universidad de Valladolid)

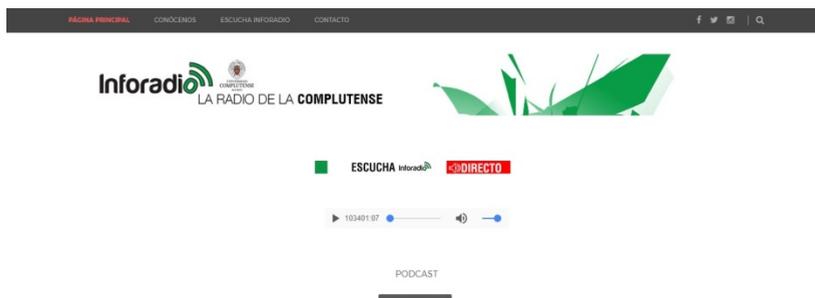
c) Actualización de las noticias

Del mismo modo, cabe subrayar que la actualización y la frecuencia de renovación de las noticias en la emisora salmantina mejora a la pucelana. Otra diferencia que encontramos entre estas dos radios es el tipo de emisión: USAL lo hace online y a través de FM, mientras que la vallisoletana lo hace solo a través de la red.



Fuente: Home de Radio USAL (Universidad de Salamanca)

InfoRadio, de la Universidad Complutense de Madrid, se asemeja a Radio UVA en cuanto a que no cuida excesivamente las noticias escritas y que las que ofrece no se ajustan del todo a la actualidad. No es raro abrir la 'Home' de InfoRadio y encontrar pocas noticias, que además son de fechas considerablemente atrasadas.



Fuente: Home de InfoRadio (Universidad Complutense de Madrid)

Por su parte, la radio universitaria de Navarra ofrece sus noticias en un primer plano bastante llamativo combinando una gran imagen en el margen superior junto a una banda de colores vistosos. A su misma vez, en el parte derecha aparecen las noticias más recientes. A continuación, deslizando hacia abajo de izquierda a derecha están las noticias escritas sin actualizarse al día. Junto a ellas, un apartado en el que se pueden ver tuits más recientes publicados por la cuenta de twitter @radiounav. Respecto a los podcast, predominan en la 'Home' y eso los hace fácilmente accesibles.



Fuente: Home de Radio Unav (Universidad de Navarra)

5. Algunos puntos concluyentes

Después de haber analizado estas seis radios universitarias españolas -5 públicas y una privada-) podemos establecer unos parámetros identificativos y una categorización de sus contenidos e intereses comunes:

- El podcast es utilizado como un recurso esencial en el hábito radiofónico universitario. En ellos aparece la mayoría o incluso totalidad de sus contenidos más importantes.
- Existe una temática predominante y compartida por todas las radios analizadas. Así, comprobamos que cada una de ellas intentan reflejar una cotidianidad cultural del panorama comunitario universitario. Enseñan un contenido adaptado a un público moderno y de mente abierta, elaborado por alumnos y docentes, en el que destacan la cultura en general (arte, literatura, ciencia, etc.) y musical en particular (conciertos y eventos de música). Las informaciones sobre acontecimientos deportivos y temas de interés cultural y social de su localidad también figuran en su selección informativa predominante. Asimismo, subrayan las noticias que producen las mismas universidades como galas, estrenos, concursos, lanzamiento de nuevos proyectos, seminarios o cualquier otra actividad de este tipo que pueda otorgarles una buena difusión y merecimiento cultural y social, así como una adecuada imagen de marca, reflejada en su programación radiofónica.
- Mantienen todas ellas una actitud dialogante, abierta y participativa dentro y fuera de la comunidad universitaria.
 - Fundamentalmente con instituciones educativas, culturales y artísticas que figuran dentro de su ámbito territorial y local.
- Las Redes Sociales forman parte imprescindible de la comunicación externa de las radios universitarias.
 - Hacen un gran uso de las Redes Sociales que utilizan como altavoz cibernético para llegar al mayor número de público posible.

Dentro de sus objetivos de experimentación, estas radios pretenden desarrollar nuevos formatos y géneros radiofónicos, que se incorporen en el sistema multimedia, pero con resultados no muy satisfactorios ante la insuficiente investigación empírica sobre este tema de estudio.

Este apartado contesta, en cierta manera, a las principales hipótesis que planteábamos al principio de nuestra investigación:

- A pesar del uso frecuente de nuevos soportes más efectivos en la radio universitaria, por parte de sus jóvenes, y de su buena predisposición en el uso de nuevas herramientas y recursos tecnológicos, como nativos digitales, no se ha logrado transformar la concepción de radio tradicional en la producción de las emisiones a través de internet.
- Asimismo, el sistema multimedia aplicado a los cibermedios, en este caso a la radio en internet, continúa siendo el gran desconocido. Hace escasos años se han iniciado los primeros estudios sobre el tema, pero la mayoría se basan en conceptos teóricos, muy alejados de su adaptación práctica.
- Existen, sin embargo, algunas mejoras tecnológicas muy favorables para el medio radiofónico, que ya representan un campo de cultivo en las manos jóvenes, aunque el contenido radiofónico sigue sin beneficiarse de ellas.

Sin embargo, también hemos comprobado en nuestra investigación que a pesar de que la estructura, contenidos y objetivos de los programas siguen un canon tradicional, sin duda la clave del éxito de las emisoras universitarias, lo que las diferencia de sus congéneres convencionales, estriba en su actitud como radios plurales, abiertas y participativas.

6. Referencias

- [1] Aguaded, J. I. y Contreras, P. (Coords.) (2011). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. A Coruña: Netbiblo.
- [2] Aguaded, J. I. y Martín-Pena, D. (2013). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 124, (pp. 63-70). Disponible en <http://dx.doi.org/10.16921/chasqui.v0i124.20>
- [3] Asociación de Radios Universitarias (ARU) (s.f.). [Página web]. Disponible en <https://goo.gl/A1Bq8d>
- [4] Espino Narváez, C. (2014). Contenido, estructura y función social en la programación de radio universitaria española. *EDMETIC*, 3(1), 26-43. Disponible en <https://goo.gl/wnhu1H>
- [5] Fidalgo Díez, D. (2009). Las radios universitarias en España. Transformación al mundo digital. *Telos: Cuadernos de Comunicación e innovación*, 80, 124-137. Disponible en <https://goo.gl/WGafSp>
- [6] Gallego Pérez, J. L. (2011). Alternativas e innovación en las radios universitarias españolas. En J. I. Aguaded y P. Contreras (Coords.), *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp. 97-108). La Coruña: Netbiblo.
- [7] González Conde, M. J. y Zamarra López, M. (2016). Radio and its multimedia convergence aspects a specialist training quality criterion in Spanish University postgraduate programmes. En M. Linares Herrera; J. Díaz Cuesta y M. E. del Valle Mejías (Eds.), *Innovación universitaria: digitalización 2.0 y excelencia en contenidos* (pp. 349-359). Ediciones universitarias: McGraw Hill.
- [8] González Conde, M. J. (2002). *Información universitaria en la radio pública. Radio 5- Todo Noticias*. Universidad Complutense de Madrid: España. Disponible en <https://goo.gl/PMK94M>
- [9] González Conde, M. J. (2014). La ciberradio como modalidad interactiva de comunicación multimedia en su dimensión expresiva hipertextual e hipermedial. En *Contenidos innovadores en la universidad actual* (pp. 363-370).
- [10] González Conde, M. J. y Salgado Santamaría, C. (2014). Indicadores de calidad e innovación docente en programas online de posgrado universitario. En M. L. Sevillano García et al (Eds.), *Espacio europeo de educación inicial, media, superior y permanente. Cómo integrar en la formación, prensa, blogs, mocs, ples, programas on-line, multimedia* (pp. 199-218). Madrid: Ediciones académicas.
- [11] González Conde, M. J.; Zamarra López, M. y Salgado Santamaría, C. (2015). Nuevas expectativas metodológicas y dimensionales de la radio por internet o ciber-radio. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 4, 532-544. Disponible en <https://goo.gl/fqHLep>

- [12] López Vidales, N. y Gómez Rubio, L. (2015). La radio generalista española, ¿pensada para los jóvenes de hoy? En Formación, perfil profesional y consumo de medios de los alumnos en Comunicación. *Cuadernos Artesanos de Comunicación CAC*, 77, 119-131. Disponible en <http://dx.doi.org/10.4185/cac77>
- [13] López Vidales, N.; Gómez Rubio, L. y Hernando Lera, M. (2016). Las radios universitarias, ¿escaparate de la radio del futuro? Los jóvenes como creadores de contenidos radiofónicos. *Cuadernos Artesanos de Comunicación CAC*, 103, 31-56. Disponible en <http://dx.doi.org/10.4185/cac103>
- [14] Marta Lazo, C. y Martín Pena, D. (2014). Investigación sobre radio universitaria: presente, pasado y futuro. *EDMETIC*, 3(1), 8-25. Disponible en <https://doi.org/10.21071/edmetic.v3i1.2878>
- [15] Marta Lazo, C. y Segura Anaya, A. (2011). La radio educativa en la era del dial infinito. En M. Gétrudix Barrio, F.; Gétrudix Barrio y F. García García (Coords.), *Actas II Congreso Internacional Sociedad Digital: espacios para la interactividad y la inmersión* (pp. 341-355). Madrid: Icono 14.
- [16] 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. Martín Pena (Eds.), *Las radios universitarias, más allá de la radio* (pp. 103-124). Barcelona: Editorial UOC.
- [17] Marta Lazo, C. y Segura Anaya, A. (2014a). 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*. Fragua: Madrid.
- [18] Marta Lazo, C. y Segura Anaya, A. (2014b). Análisis de los usos de redes sociales en las emisoras universitarias españolas. En J. E. González Vallés (Coord.), *Redes sociales y lo 2.0 y 3.0* (pp. 347-365). Madrid: Visión Libros.
- [19] Marta Lazo, C.; Segura Anaya, A. y Martín, J. C. (2012). Divulgación científica en Radio. Unizar: podcast e innovación 'En clave de ciencia'. En P. Contreras Pulido y M. Parejo-Cuellar (Coords.), + *Ciencia. Como trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias* (pp. 172-184).
- [20] Martín Pena D. y Ortiz Sobrino, M. A. (2014). *Las Radios Universitarias en América y Europa*. Madrid: Editorial Fragua.
- [21] Martín Pena, D. (2013). Radios universitarias en España: plataformas de comunicación interactivas y redes de colaboración. Universidad de Huelva: España. Disponible en <https://goo.gl/Fvoryy>
- [22] Martín Pena, D. y Aguaded, J. I. (2016). La radio universitaria en España: comunicación alternativa de servicio público para la formación. *Comunicación y Sociedad*, 25, 237-265. Disponible en <https://goo.gl/QmNsYq>
- [23] Martín Pena, D. y Contreras Pulido, P. (2014). Las radios universitarias en España: inicios, evolución y panorama actual. En D. Martín Pena y M. A. Ortiz Sobrino (Eds.), *Las Radios Universitarias en América y Europa* (pp. 89-99). Madrid: Editorial Fragua.
- [24] Martín Pena, D. y Segura Anaya, A. (2015). Las radios universitarias en España: Equipos de trabajo, participación y función social. *Cuadernos Artesanos de Comunicación CAC*, 71-28. Disponible en <http://dx.doi.org/10.4185/cac77>
- [25] Ortiz Sobrino, M. A. (2012a). Las radios universitarias, más allá de la radio. Prólogo. En C. Espino y D. Martín (Eds.), *Las radios universitarias, más allá de la radio: las TIC como recursos de interacción radiofónica* (pp. 13-17). Barcelona: UOC.
- [26] Ortiz Sobrino, M. A. (2012b). Radio y post radio en España: una cohabitación necesaria y posible. *Área Abierta*, 12(2), 1-16. Disponible en http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARAB.2012.n32.39637
- [27] Ortiz Sobrino, M. A.; Marta Lazo, C. y Martín Pena, D. (2016). La formación de competencias profesionales en los estudiantes de Comunicación Social de las emisoras universitarias en España y Portugal: situación y resultados asimétricos. *Signo y Pensamiento*, 35(68), 35-50. Disponible en <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.fcpe>
- [28] Ortiz Sobrino, M. A.; Rodríguez Barba, D. y Cheval, J. J. (2014). La radio universitaria en el siglo XXI: perspectiva hispano-francesa. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 1(3), 61-86. Disponible en <https://doi.org/10.21071/edmetic.v3i1.2881>
- [29] Ortiz Sobrino, M. A.; Salgado Santamaría, C. y Cavadas Gormaz, M. J. (2014). Las radios universitarias españolas en la convergencia digital. En J. Sierra (Coord.), *Miscelánea sobre el entorno audiovisual 2014*. Madrid: Fragua.

- [30] Perona Páez, J. J. (2012). Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha. En Espino Narváez, C. y Martín Pena, D. (Eds.), *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recurso de interacción radiofónica* (pp. 37-52). Barcelona: UOC.
- [31] Perona, J. J. y Barbeito, M. L. (2010). Nuevos perfiles profesionales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 84. Disponible en <https://goo.gl/JsYalZ>
- [32] Piñeiro-Otero, T. & Ramos, F. (2011). Rádios universitarias na Web 2.0: perspectivas e potencial. *Radioleituras*, 1(2), 51-77. Disponible en <https://goo.gl/3JVhyz>
- [33] Ponce López, C. (2017). *La educomunicación en las radios universitarias de España y Portugal: una propuesta e innovación docente para la formación radiofónica*. Universidad Miguel Hernández de Elche: España.
- [34] Radio de la Complutense (s.f.). [Página web]. Disponible en <https://goo.gl/pWAVho>
- [35] Radio UMH (s.f.). [Página web]. Disponible en <https://goo.gl/WiKu1s>
- [36] Radio Universidad de León (s.f.). [Página web]. Disponible en <https://goo.gl/zQUWQw>
- [37] Radio Universidad de Navarra (s.f.). [Página web]. Disponible en <https://goo.gl/QntnRZ>
- [38] Radio USAL (s.f.). [Página web]. Disponible en <https://goo.gl/YwTgsd>
- [39] Radio UVA (s.f.). [Página web]. Disponible en <https://goo.gl/WCfnXC>
- [40] Rodero Antón, E. (2008). Educar a través de la radio. *Signo y Pensamiento*, 27(52), (pp. 97-109). Disponible en <https://goo.gl/K6qWVg>
- [41] Salgado Santamaría, C.; González Conde, M. J. y Zamarra López, M. (2013). Innovación y aplicación tecnológica en el ámbito de la Educación Superior universitaria. El empleo de los blogs en las universidades españolas. *Historia y Comunicación Social*, 18, 613-625. Disponible en https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44353
- [42] Sandoval, Y. y Aguaded, J. I. (2012). Nuevas audiencias, nuevas responsabilidades. *ICONO14*, 10(3), 8-22. Disponible en <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.197>
- [43] UNESCO (1979). Conferencia Internacional de Educación. Ginebra 5-14 de julio de 1979. Disponible en <https://goo.gl/4CeaWx>
- [44] Vázquez Guerrero, M. (2012). *La radio universitaria en Méjico y España. Estudio de participación y formación de los jóvenes*. Universidad Pompeu Fabra de Barcelona: España. Disponible en <https://goo.gl/WWtjBF>
- [45] Vázquez Guerrero, M.; Martín-Pena, D. y Parejo Cuellar, M. (2015). La divulgación científica a través de la radio universitaria en España y México. *Razón y Palabra*, 91. Disponible en <https://goo.gl/gTH2mJ>

