



La radio universitaria como alternativa de formación y comunicación

Daniel Martín Pena

Profesor de Comunicación y director de OndaCampus,
radio de la Universidad de Extremadura
gestión[@]ondacampus.es

Mario Giorgi

Director de UNDAV Medios y vicepresidente institucional
de la Radio Internacional Universitaria (RIU, Red de Redes)
mgiorgi[@]undav.edu.ar

Resumen

La universidad está en una encrucijada constante de dudas e incertidumbres. Las funciones clásicas de las instituciones académicas deben ser superadas para avanzar hacia una función más social, más cercana a la ciudadanía, en la cual se proyecte la responsabilidad social universitaria y se ambicione la utopía como fin. Este artículo analiza una de las herramientas cruciales en este tiempo: las estaciones radiofónicas universitarias. Se trata de emisoras de perfil heterogéneo, según los contextos y circunstancias, y de cariz claramente alternativo. Sus contenidos se centran en la difusión científica y cultural, diferenciándose así de las radios comerciales. Las emisoras universitarias, cada vez más conectadas con la sociedad, se configuran como complementos de la formación y de la comunicación, en un escenario iberoamericano que vio nacer las primeras estaciones universitarias en la década de los años veinte del siglo xx.

Palabras clave

Cooperación académica, difusión científica, emisoras universitarias, responsabilidad social

Abstract

University is constantly at a difficult crossroads, plagued by doubt and uncertainty. The classical functions of academic institutions must be left behind to move forward towards a more social role, closer to citizens, in which university's social responsibility is projected and in which academic institutions aspire to utopia as a goal. This text analyzes one of the current crucial tools: university radio stations. These are heterogeneous radio stations, with different contexts and circumstances, but all clearly alternative in their nature. Their contents are mainly scientific and cultural, which differences them from commercial broadcasters. University radio stations, increasingly connected with society, are becoming education and communication complements, in an Ibero-American scenario that saw the birth of the first university radio stations in the 1920s.

Key Words

Academic cooperation, scientific divulgation, university radio stations, social responsibility

Daniel Martín Pena

Doctor en Comunicación y Educación por la Universidad de Huelva. Profesor ayudante doctor del departamento de Información y Comunicación de la Universidad de Extremadura (España). Miembro del grupo de investigación ARDOPA-Divulgación. Director de la RadioTv de la Universidad de Extremadura, presidente de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) y presidente de la RIU (Radio Internacional Universitaria, Ex-RRULAC, Red de Redes). Es autor de numerosas publicaciones internacionales, entre las que destacan *La radio universitaria. Gestión de la información, análisis y modelos de organización* (2016), *La divulgación científica. Estructuras y prácticas en las universidades* (2017) o *Divulgación científica y función social en las universidades* (2018). Ha asistido a congresos y jornadas internacionales en Italia, Colombia, Costa Rica, México, Argentina o Brasil.

Mario Giorgi

Periodista y locutor nacional egresado del Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER). Actualmente es director de Medios de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) y docente en Periodismo e Historia del Periodismo en Latinoamérica. Fue director ejecutivo de Radio Nacional Argentina. Con una trayectoria profesional y de gestión de más de 46 años en diversos medios públicos y privados, en la actualidad es secretario de la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA), vicepresidente institucional de la RIU y secretario de Planificación y Desarrollo Estratégico de la Asociación de Radios Públicas Universitarias de América Latina y el Caribe (ARPUALC). Es autor de numerosas publicaciones académicas y trabajos de investigación en medios y de los volúmenes *Perfiles en la UNDAV. Conversaciones en la radio de la universidad* (2015), *La radio universitaria. Hacia una consolidación autónoma de medios* (2015) y *Un canto a los 40. Conversaciones en la radio de la universidad* (2017).

Más allá de las funciones tradicionales de la universidad

Como es sabido, las funciones tradicionales de la universidad son tres. Por un lado, la docencia o la formación; por otro, la investigación; y finalmente, la transferencia del conocimiento. Sin embargo, Vivas, Parejo y Martín (2018: 20-25) entienden que puede haber una universidad alternativa. Estos autores apuntan algunas ideas sobre lo que “la universidad tiene que ser”, más allá de las funciones tradicionales mencionadas. Siguiendo los postulados de Bueno Campos (2017), Ferrer (2014) y Sols (2016), enumeran seis puntos:

1. La función crítica y social como objetivo, en defensa de la libertad y la igualdad de los ciudadanos.
2. La cultura humanista y el pensamiento complejo como instrumento. Por ello, al sistema educativo universitario le compete formar estudiantes con una gran sensibilidad social.
3. La utilización de la palabra como método, no una palabra cercana al populismo y la demagogia, “sino la palabra precisa y ajustada a la realidad por un lado, y metódica y ordenada por otro, que describe y trata de mover la conciencia [...]. Ni que decir tiene, la magnitud que tienen, por ejemplo, las radios universitarias como portavoces de la palabra universitaria y animadoras de la divulgación científica”.
4. El debate y el enfrentamiento como actitud. Y es que “si la universidad tiene por objeto la función social de transformar la realidad, el talante no puede ser de resignación, docilidad o conformidad”.
5. La formación y el aprendizaje como marco de referencia. En este sentido, la divulgación científica se comporta como una herramienta eficaz de cambio social.
6. Finalmente, la universidad debe ambicionar la utopía como fin. “No se trata de defender quimeras o de ambicionar ilusiones y fantasías”.

Los autores apuntan resistencias y dificultades en este discurrir: i) dificultades de carácter económico, provenientes de los pocos recursos de que se dispone, y ii) impedimentos de orden social, provenientes también de la propia universidad. Sin embargo, pese a todas estas dificultades, la universidad debe buscar institucionalmente la utopía (Vivas, Parejo y Martín, 2018: 25), consistente en:

- Estar convencidos de la importancia de la universidad como herramienta social; naturalmente, desde un punto de vista científico-técnico y en consecuencia económico, pero también desde una perspectiva social.
- Seleccionar bien a los profesores. La institución necesita docentes comprometidos con su acción científica y social. Y, para ello, es esencial que no se incurra en el relativismo del currículum porque sí. No obstante, el sistema competitivo está derivando en grupos de intereses, redes clientelares y ausencia de compromiso ético.
- Buscar la proyección social, para que la universidad —por medio de la cultura y la producción intelectual— beneficie al conjunto de la sociedad, fundamentalmente a los más desfavorecidos.
- Constituirse en conciencia de la sociedad, buscando la igualdad, la justicia y la libertad.

La universidad, como institución académica, tiene un permanente contacto con la sociedad. Por este motivo, no puede abandonar su responsabilidad social universitaria (RSU). En este sentido, la institución tiene como principal función social la educación superior, que es intrínseca a su razón de ser. Sin embargo,

además de esta función, Valleys (2014) expone cuatro líneas de acción como estrategia de RSU relacionadas con la utopía universitaria expuesta por Vivas, Parejo y Martín (2018):

- Valleys teoriza acerca de la gestión interna de la universidad, convirtiendo la sociedad universitaria en una comunidad democrática, orientada en valores éticos y desarrollo sostenible. Y al igual que Vivas, Parejo y Martín, propone observar la universidad desde un punto de vista eminentemente social.
- En segundo lugar, la utopía docente casa con la idea de Valleys de llevar la RSU al aula, a través de la figura del profesor, promoviendo el aprendizaje basado en proyectos de carácter social. Así, el alumnado puede aprender a resolver problemas reales del tejido social en el que vive.
- La proyección social propuesta por Vivas, Parejo y Martín está en perfecta consonancia con la promoción de la investigación universitaria. Pero no se trata solo de una promoción de las ciencias en su sentido más puro (física, química, biología...) sino que ha de alcanzar también a las ciencias sociales, a menudo tan olvidadas dentro de las propias instituciones universitarias. La investigación es clave para el desarrollo social y, además de otorgar empoderamiento y futuro laboral al personal investigador, aporta imagen y prestigio a la propia universidad. Hablar de imagen o prestigio universitario en estos términos —con la función social que se pretende mantener— puede resultar cuando menos chocante, pero no tanto cuando esta defensa de la imagen y el prestigio de la propia institución se proyecta en su entorno, aportando o disminuyendo beneficios que el territorio que la aloja pueda experimentar en lo sucesivo.
- Por último, la idea de la proyección social de la universidad engrana con la propuesta de Valleys de impulsar un trabajo en red entre los distintos ámbitos universitarios, mitigando la marginalización institucional de algunos servicios de la propia universidad. Con esta integración, la institución lograría ese estado utópico de concienciación social, justicia y libertad.

Sin embargo, la utopía universitaria no puede ser llevada a cabo sin una buena estrategia comunicativa. A partir de esta necesidad surgen los gabinetes de comunicación universitarios, que serán parte clave e imprescindible en el desarrollo de la RSU, tanto a nivel interno como externo. En el próximo punto se verá cómo las radios universitarias pueden y deben contribuir a que esta utopía se realice en armonía y consonancia entre la comunidad universitaria y la sociedad en general.

De la heterogeneidad a la alternatividad: conceptos que marcan la realidad de las radios universitarias

Como se ha indicado, las emisoras universitarias adquieren un papel destacado en la búsqueda de una universidad más social, preocupada por algo más que por sus vitales funciones genuinas. En este sentido, las próximas líneas se adentran en los conceptos que marcan los diseños de las estaciones radiofónicas universitarias y que, por tanto, forman parte de su ADN. Si hubiera que definir con conceptos la realidad de la radiodifusión universitaria, cabría utilizar sin duda los términos *heterogéneo* y *alternativo*. Fidalgo (2009), Vázquez (2012), Aguaded y Contreras (2011), Martín, Parejo y Vivas (2016), entre otros muchos, se han referido con estos términos a esta tipología de emisoras.

El fenómeno de la radiodifusión universitaria se ha convertido en la última década en un objeto de estudio común para las academias iberoamericanas, y han proliferado publicaciones en forma de libros, manuales, capítulos, artículos y actas de congresos. Como atestiguan Casajús y Martín:

A lo largo de estos últimos tiempos hemos podido conocer más de cerca la realidad de las emisoras universitarias iberoamericanas, y reflexionar sobre ella, gracias a publicaciones que han abordado temas muy variados: radio universitaria como democratizadora de la comunicación, las Tecnologías de la In-

formación y la Comunicación en las emisoras universitarias, las grillas de programación y sus contenidos, con especial interés en la divulgación de la ciencia, la historia del medio en América Latina y Europa o las modalidades de gestión y organización de estas estaciones. Estos son solo algunos de los ejemplos sobre la temática que han abordado unos investigadores implicados plenamente en el desarrollo y porvenir del medio (Casajús y Martín, 2017: 110).

De vuelta a los conceptos que guían los pasos de nuestro objeto de estudio, se debe señalar la *heterogeneidad* como un rasgo común y propio en la radiodifusión universitaria. Esa diversidad y pluralidad viene determinada desde el mismo inicio de las transmisiones de las estaciones universitarias. Existen emisoras que surgen de la necesidad de proporcionar a su alumnado unas prácticas más profesionales —como complemento de su formación teórica—, radios que se inician gracias a un movimiento estudiantil organizado y motivado, y otras que surgen como iniciativa directa de los órganos de gobierno, buscando una comunicación externa más efectiva y una mejora de su imagen. De una u otra manera, el apoyo institucional al proyecto es fundamental para conseguir su consolidación, así como obtener financiación e integrarlo dentro de la comunidad universitaria como un medio propio de expresión, una forma de democratización y servicio público, a disposición de la comunidad universitaria, en particular, y de los ciudadanos, en general (Ronda, 2011).

Los diferentes modelos de radiodifusión se desenvuelven en un marco heterogéneo muy diverso, aunque existen ciertas características comunes: se trata siempre de un servicio al entorno social más inmediato mediante la difusión de las actividades e inquietudes de la comunidad universitaria en el seno de la sociedad en la que se inscriben. En este sentido, conviene reseñar un error común: pensar que tan solo existen radios universitarias en aquellas universidades que imparten estudios relacionados con las disciplinas de las ciencias de la comunicación, ya sea periodismo, comunicación social o audiovisual. Por ejemplo, en el caso español, la emisora universitaria de España más laureada, UniRadio Huelva —con premios a nivel regional, nacional e incluso con menciones europeas— está radicada en la universidad onubense, que carece de estudios relacionados con esas disciplinas. Se trata de un caso de éxito que implica, no solo a toda la comunidad universitaria, sino también a la ciudad, a sus gentes, y a sus colectivos y agrupaciones sociales, que entra en el centro penitenciario o en el hospital para acercar la radio a toda la ciudadanía, sea cual sea su condición o su situación, superando cualquier tipo de barrera y abriendo sus micrófonos a toda palabra y opinión; tal es el éxito indiscutible de UniRadio Huelva.

En este aspecto, la puesta en marcha de una emisora de radio universitaria puede desarrollarse en infinidad de escenarios, que pueden ir desde los planteamientos más voluntaristas —con apenas inversión económica—, a la creación de grandes estudios, que igualan o superan incluso a los de los medios de comunicación de su entorno más próximo. La cuestión es que, cada día que pasa, las universidades apuestan más por los medios audiovisuales como una herramienta para lograr el objetivo de servicio público y acercamiento a la sociedad que se les supone como instituciones generadoras y difusoras de conocimiento. Los propósitos capitales de estas emisoras son establecer relaciones con la sociedad, informar y difundir sus conocimientos y hallazgos, transmitir valores de cariz universitario, actuar como canal de cultura, y ofrecer contenidos y una filosofía procedimental divergente a la de las estaciones radiofónicas comerciales. En definitiva, se trata de encontrar en el dial, ya sea finito —si nos ceñimos a la transmisión tradicional por ondas— o infinito —si nos lanzamos a todas las formas radiofónicas que surgen a raíz de las tecnologías de la información y la comunicación (*streaming, podcast, radio a la carta, etc.*)—, una alternativa válida a las radios comerciales, que se han ido distanciando de los valores de servicio público y se están volcando en la consecución de objetivos e intereses de índole económica. Para Vázquez (2012) —una de las investigadoras pioneras del ámbito—, las radios universitarias son un medio con personalidad propia, que figura entre lo público y lo cultural; sin fines lucrativos y con objetivos específicos de difusión de la cultura y del conocimiento científico, tecnológico, humanístico y artístico para la población, en general, y su propia comunidad universitaria, en particular.

Siguiendo con esta premisa, una radio universitaria debe servir de cauce de comunicación de toda la comunidad universitaria para dar a conocer en el ámbito ciudadano la información de las actividades docentes, investigadoras, estudiantiles, deportivas, recreativas y culturales de la institución académica, potenciando así la conexión y relación con la ciudadanía. Su reto es llegar a convertirse en vehículo difusor de los conocimientos generados en la academia, fomentando la creación y el desarrollo efectivo de un canal de información universitaria interno y externo mediante el que estudiantes, personal de administración y servicios, y personal académico e investigadores tengan un medio eficaz y de confianza para transmitir sus actividades. Y, más allá de esto, se trata de ofrecer a la sociedad un altavoz al que poder acudir, enriqueciendo las ondas universitarias con la contribución de ciudadanas y ciudadanos anónimos que tengan algo que aportar desde su perspectiva, no solo al debate social, sino también al debate universitario. Es aquí donde la emisora universitaria puede y debe usarse para alcanzar la utopía de la RSU. Las ondas universitarias rompen las barreras físicas del campus donde se alojan y producen contenidos, ampliando el espectro de difusión de los conocimientos que genera y dando la oportunidad, a la sociedad que no pertenece a la comunidad académica, de expresarse, informarse y acceder al conocimiento. Las emisoras cumplen, así, como herramienta comunicativa, con la RSU. Todo ello sirve para justificar su existencia dentro de un gabinete de comunicación universitario, así como su integración como servicio propio de la universidad en sí.

Entender la realidad de las emisoras universitarias sin acercarnos al término *alternativo* es harto complicado. La alternatividad se vincula directamente al hecho de proponer otra forma de hacer radio y ofrecer contenidos distintos a los que marcan las agendas mediáticas actuales, así como al hecho de perseguir la consecución de otros objetivos de tipo social, más allá de los fines económicos y mercantiles que lícitamente promueven las emisoras de tipo comercial. Basta con pararse a analizar los propósitos que se recogen en los distintos estatutos o reglamentos de funcionamiento interno de las estaciones académicas para llegar a entender esta proximidad tan consolidada. Así, según Contreras, González y Aguaded, el objetivo de la citada UniRadio Huelva es el siguiente:

UniRadio Huelva promueve un cauce de comunicación entre toda la comunidad universitaria para fomentar la cultura y la educación en la sociedad en general, desde la perspectiva científica y cultural. El propósito es ser una radio cultural, recreativa y educativa alternativa, que no entre en competencia con las emisoras comerciales por tener un espacio propio, dedicado a la cultura universitaria y al entorno que nos rodea (Contreras, González y Aguaded, 2014: 34).

De este supuesto surgen los propósitos de esta estación, vinculados a fines culturales que fomenten los valores de la cultura de la región y del Estado, así como los valores universales y de protección de los derechos humanos recogidos en los tratados internacionales. Fines recreativos y lúdicos —que hacen de la emisora un espacio de actividad universitaria, interuniversitaria y de extensión universitaria, con proyección en la sociedad en general—, y fines formativos, para incentivar y concienciar a la comunidad universitaria de la necesidad de generar nuevos conocimientos que superen el modelo tradicional de la enseñanza en las aulas para tender a una sociedad de la información a través de las ondas. Por su parte, Ugarte hace referencia a un largo listado de objetivos —tanto de cariz interno como externo— que se recogen en estas palabras:

Servir de centro de práctica y de investigación para los estudiantes de todas las carreras relacionadas con las ciencias informativas, ser canal de expresión para las diversas inquietudes y manifestaciones de los miembros de la comunidad universitaria y no universitaria, informar tanto del quehacer académico y extra-académico interno como externo, y de la actualidad regional y nacional, y ser canal de expresión para las inquietudes de los oyentes universitarios y no universitarios (Ugarte, 2005).

Si se analizan detenidamente estas palabras, la clave está en los propios contenidos que proponen y generan las radios universitarias. Previamente, se hacía referencia a la agenda mediática; pues bien, la clave se encuentra en la construcción de una contra-agenda mediática que promueva otro tipo de contenidos más allá de los lineamientos comerciales. Este fue un tema de debate en 2017, en el marco del IV Encuentro de la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe¹ (RRULAC), bajo el título “Radios universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra-agenda mediática”, que dio lugar al libro coordinado por Martín y Vivas (2018). En su prólogo, se recogen las palabras de Rebeca Grynspan, secretaria general de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), en las que afirma:

La radio universitaria latinoamericana ha construido una trayectoria amplia, multi-temática, innovadora, que trasciende el ámbito estudiantil y el contenido de interés estrictamente académico o de la comunidad universitaria, para ofrecer información relevante para toda la sociedad. De esta forma, las estaciones radiofónicas universitarias han logrado construir un gran patrimonio cultural, integrado por millones de voces y realidades que nos recuerdan la riqueza y la pluralidad de Iberoamérica. Las radios universitarias contribuyen así a la construcción de capital social y a la creación de lugares de encuentro, de debate y conexión, que puedan fomentar el sentimiento de pertenencia de todas las personas al tejido social, transmitiendo información relevante para distintas experiencias humanas. Asimismo, puede reducir las distancias entre los ámbitos más especializados y la audiencia general.

Finalmente, cabe recordar las palabras de Reia-Baptista (2011: 65) en las que invita “forzosamente” a las radios universitarias a encontrar modelos propios basados en el compromiso público, y para ello se refiere a tres vocaciones principales:

- Vocación de servicio público: reflejo de la misión propia de las universidades.
- Vocación experimentalista e innovadora: tanto de formas como de contenidos. La radio universitaria es vista así como un laboratorio donde poder ejercer la libertad imaginativa.
- Vocación de difusión cultural: preocupada por la formación de nuevos públicos en áreas más difíciles o menos exploradas.

Sin embargo, yendo más allá de los contenidos de proyección social que pueda generar una radio universitaria, existe otra cualidad que posee este medio, inalcanzable para las comerciales o convencionales: una emisora universitaria no solo cuenta con la carencia del compromiso comercial —lo que la exime de una parrilla muy estructurada y dependiente de sus anunciantes y su audiencia—, sino que también cuenta con tiempo para formar al futuro comunicador y llevar la voz universitaria más allá de sus barreras. La forma en sí de hacer radio, llevando la emisora y la universidad fuera del campus, acercándola a colectivos marginados, combina el acercamiento social, la “educomunicación” (comunicación en los medios), la integración social y la alfabetización digital en la mayoría de los casos. Con ello no se pretende más que abrir las puertas del conocimiento a aquellos colectivos a los que les resulta más difícil acceder a él.

La proyección social de las emisoras universitarias a la esfera pública

Hacer referencia a la transferencia social que ejercen las emisoras universitarias tiene que ver con la función de servicio público que cumplen: formando, informando y haciendo al oyente parte importante del medio. Para Vázquez (2012), en las radios universitarias no solo se practica para formar profesionales,

¹ En el marco del IV Encuentro de la RRULAC celebrado en octubre de 2017 en Madrid, las autoridades de esta gran Red de Redes deciden impulsar una visión internacional de la red y cambiar el nombre a RIU (Radio Internacional Universitaria, Red de Redes). Una nueva red que no rompe con el legado de la RRULAC, sino que lo prosigue, lo respeta y lo dota de una visión global.

sino que también hay una alta participación de la comunidad y el enfoque predominante es de servicio. Por ello es importante reflexionar y valorar la existencia de este tipo de radio social, cada día más necesaria en un contexto en el que predomina el consumo de medios comerciales y en el que los gubernamentales están perdiendo credibilidad.

Para Aguaded y Contreras (2011), el modelo ideal de radio universitaria es aquel en el que la radio sea generadora de conocimiento, ofrezca transferencia social, contenga publicidad social, desempeñe un rol humanístico, y tenga fines solidarios y cooperativos con sentido de equipo. Una radio que pueda contribuir a la formación ciudadana, con valores democráticos, que haga visibles a los colectivos excluidos y, sobre todo, que logre una autonomía financiera que le dé independencia. Estos autores afirman que estas radios son medios que tienen una misión social, ética, puesto que deben cuidar la calidad de sus contenidos al representar a la universidad. En consecuencia, han de apostar por la formación de la ciudadanía, por contenidos alternativos a las emisoras comerciales, por el fomento de la cultura científica; eso les da un cariz social del que las otras emisoras carecen. Está claro que cumplen el papel de servicio público, ya que son una voz que muchas veces queda oculta en la vorágine de los medios convencionales, más atentos a otros temas. Por ello, las radios universitarias no compiten con estos medios, ya que poseen su propio espacio y su propia audiencia; ahora bien, han de buscar estrategias motivadoras y lúdicas para captar la atención del público. En un momento en que el panorama de independencia y servicio público está en crisis y se padece la falta de compromiso cívico de los medios, los contenidos resultan fundamentales para esa conexión social.

En este aspecto, la divulgación científica se torna el producto estrella de las estaciones universitarias. La inmensa mayoría de los avances científicos se producen en el seno de la universidad, cuna de la investigación. Sin lugar a dudas, la I+D+i constituye una de las más importantes razones de ser de esta institución. No obstante, ¿qué sería de este “listado de letras” si, en su labor de ente transmisor de conocimientos no se añadiese una letra más, la “d” (de difusión)? Ese grafema es el que permite dotar a la universidad del perfil social que merece, trascendiendo del ámbito académico al ámbito ciudadano. El momento actual, marcado por la falta de financiación y los recortes económicos en las partidas presupuestarias destinadas a las instituciones educativas, cabe recordar a la ciudadanía que gran parte de los hallazgos científicos que se logran en la universidad pueden afectar, y de hecho afectan, a su bienestar y su calidad de vida.

Un claro ejemplo de éxito de divulgación científica es el proyecto “Semillas de Ciencia” (Parejo, Martín y Vivas, 2017). Se trata de una coproducción radiofónica interuniversitaria puesta en marcha por la Universidad de Extremadura, a través de OndaCampus, en la que se han implicado más de un centenar de emisoras iberoamericanas. Este espacio radiofónico ha superado dos barreras importantes. Por un lado, ha abierto un canal para las investigaciones latinoamericanas, en un contexto en el que los espacios dedicados a temas de investigación en los medios de comunicación convencionales son muy escasos, y se reservan grandes e impactantes avances; por otro, está consiguiendo que los científicos se acostumbren a acudir a sus medios propios, a contar qué hacen y en qué están invirtiendo su tiempo y el dinero público. Pero hay más: haciendo uso de un lenguaje sencillo, conciso y claro, los investigadores responden a las dudas de la sociedad. Por un momento, el investigador o la experta dejan de pensar en reflejar los resultados de sus hallazgos en revistas de impacto, escritos con un lenguaje cuasi imposible para cualquier ciudadano de a pie, y acuden a los micrófonos de la emisora universitaria para explicar “de otra forma” en qué afecta y qué beneficios aporta al día a día de cualquier ciudadano lo que lleva años investigando en su laboratorio. Esa es la esencia de “Semillas de Ciencia”.

A su vez, la emisora universitaria debe favorecer numerosas actividades de índole cultural: ciclos de cine, concursos literarios, certámenes de música de autor, intercambios culturales, participación en congresos, radioarte, participación en ferias del libro, ferias de asociacionismo, colaboración activa con colectivos

sociales y otras asociaciones (Sánchez, 2005). De esta manera puede dar oportunidad a artistas noveles, partiendo de la premisa de que si la característica principal de la radio universitaria es ser “diferente”, debe promocionar contenidos diferentes, que no tienen cabida en las fórmulas tradicionales. Como afirma Sánchez (2005), ha de recalcarse la capacidad que tienen las radios para mover a la comunidad universitaria y, en especial, al estudiantado. La vida de un estudiante debe ir más allá de las aulas o del ocio nocturno, dado que hay un mundo interminable de actividades culturales que sirven de formación complementaria y que ayudan a entender la época universitaria de otra manera. De este modo, cabe convertir la radio universitaria en un entorno ideal en el que deban plasmarse todo tipo de inquietudes, tanto de los alumnos como de los colectivos sociales que pasen por ella. La radio universitaria debe suponer un enriquecimiento cultural, no solo de las personas que participan de estas actividades, también ha de contribuir a ampliar el abanico de la oferta cultural de la propia universidad y, por ende, de la propia sociedad. La formación y la promoción de la cultura debe ser uno de los pilares fundamentales para poder cumplir los objetivos principales que persiguen estas emisoras².

Además de la labor de difusión científica y cultural, Rincón (1998) sostiene que una radio universitaria puede aprovechar su potencial comunicativo para formar en tres aspectos: i) adiestrar al personal de modo que programe una emisora con sentido, respeto por el oyente y que construya una identidad para la misma; ii) servir de taller de experimentación y formación de estudiantes; y iii) articular el espíritu crítico de la audiencia. Es decir, una radio universitaria tiene que ser:

- Formadora de programadores, con el fin de que los profesionales sean capaces de programar una emisora con criterios de calidad.
- Formadora de estudiantes, de manera que la emisora participe en la capacitación de estos y sirva como laboratorio. Los estudiantes pueden desarrollar así actividades de periodismo, locución, investigación musical y experimentación en el campo del lenguaje radiofónico.
- Formadora de oyentes, orientada a la audiencia. Según Guillermo Gaviria —director del departamento de Música de la Universidad Javeriana—, todas las emisoras, sin excepción, forman a un tipo de oyente, y los distintos tipos de oyente existen porque hay distintos tipos de formación. Así explica que la enseñanza desde la radio puede cumplir uno de estos tres niveles: el adoctrinamiento, el entrenamiento o la educación.

Abundando en la relación de las radios universitarias con la audiencia —esto es, con la sociedad civil—, durante el Curso de Verano “Ondas Universitarias” de la Universidad Internacional de Andalucía en 2010, Reia-Baptista recaló el compromiso de servicio público que tiene este tipo de medios, lo que refleja su papel de formador de oyentes. En ese mismo foro, se señaló que estas emisoras deben procurar acompañar a la universidad en la formación de la ciudadanía, en acercarla a ella. No pueden convertirse en un medio intramuros, sino todo lo contrario: han de dar voz a los sin voz, de manera que la radio sirva para que colectivos en riesgo de exclusión puedan emplear un medio de comunicación, con programa establecido, no de forma puntual (como sucedería en otro tipo de emisora convencional), sino como altavoz. Igualmente, para Aguaded y Contreras (2011), las radios universitarias deben ser un ejemplo de radios que se hacen en instituciones públicas y que son titulares de la formación de la ciudadanía a partir de los valores constitucionales, desde el respeto a los medios tradicionales que informan y forman desde una perspectiva de entretenimiento. Fidalgo (2006) señala que la gran aportación de una radio universitaria radica en su concepto de “socialización”, es decir, en hacer posible que toda persona que tenga algo que decir, denunciar o anunciar a la sociedad, tenga un medio de comunicación a su disposición para difundirlo, siempre bajo una supervisión. La filosofía con la que se crea la radio universitaria es la de que todo

² Más adelante, se constatarán asimismo algunas acciones en las que el papel de las radios universitarias fomenta una modalidad bidireccional en las transferencias de saberes.

el alumnado y la comunidad en general tengan la oportunidad de aprender a hacer radio y puedan expresar las inquietudes que tienen a la sociedad en la que viven. En definitiva, la radio universitaria tiene que perseguir el objetivo de socializar el medio.

Ugarte considera el medio universitario como el más adecuado para vincular a la comunidad universitaria entre sí y con la población, estableciendo un puente entre el quehacer universitario y la vida cotidiana de los auditores, donde toma fuerza y vive el pensamiento humano, donde se consolidan las ideas y se renueva el conocimiento de hombres y mujeres, a partir de sus relaciones sociales. Así:

La misión de las emisoras es darle verdadero contenido a la palabra, recoger el llamado de la sociedad, rescatar los valores culturales que se están perdiendo con la globalización. Al ser emisoras de la universidad, adquieren el carácter de abarcar la universalidad de la sociedad y de la cultura, es decir, no dejar nada de lado, ampliando la perspectiva de los auditores (Ugarte, 2005).

En este sentido, Novelli y Hernando (2011) señalan que lo importante es que estas radios busquen un impacto real en la sociedad, que en ellas se lleve una agenda alternativa y se propicie una comunicación por el cambio social, marcando la diferencia con los medios tradicionales. Hay que enfatizar que estos medios deben realizar un periodismo humano, enfocado en los derechos humanos, en un momento en el que crecen los contenidos tóxicos y las noticias falsas, y ganan terreno los intereses económicos.

Otro aspecto importante consiste en que estas emisoras abren la puerta a la publicidad social, en contraposición a la publicidad comercial que ocupa las emisoras comerciales. Las radios universitarias “venden” así valores sociales, y promueven la tolerancia, la solidaridad y la lucha contra la discriminación al ofrecer un servicio público de carácter social. En este sentido, debido a que las universidades deben cumplir una labor social, al menos en su entorno, guiando a la sociedad y estando en la vanguardia del arte y el conocimiento, las radios son un medio para ello (Aguaded y Contreras, 2011).

Se trata de una ventana más para estar en contacto con los ciudadanos y tenerlos en cuenta. Hay que tomar en consideración la época de degradación que experimentan los medios, por lo que las radios universitarias han de convertirse en laboratorios a pequeña escala, y recuperar el sentido clásico del periodismo, demostrando que es posible hacer las cosas de forma diferente. Las radios universitarias cuentan con la ventaja de no tener vicios profesionales, no se deben a unos anunciantes o empresarios; de ahí la importancia de recalcar y alzar su voz, y reivindicar su función social y de servicio público (Aguaded y Contreras, 2011).

Más aún, el reto de la universidad consiste en transitar desde su concepto de proyección social, para instaurarse en el de la responsabilidad, de forma que no solo se proyecte a la sociedad, sino que también responda a las demandas sociales específicas. En esta línea, Casas (2005) ya subrayaba la importancia de la universidad para lograr la transformación y el progreso social, y Antequera y Obregón (2002) hablaban del papel de la radio en los procesos de desarrollo social y cultural, lo que lleva a la utilización de este medio como una herramienta de cambio, que promueva la participación y el protagonismo de los oyentes y les permita ser responsables de dicha transformación.

Finalmente, en relación a la transferencia social y del conocimiento, hay que destacar la función que cumplen las emisoras universitarias, formando, informando e integrando al oyente como parte importante del medio (Aguaded y Contreras, 2011). Se consigue de esta forma que una persona perteneciente al tejido social “sienta como suyo un lugar que siempre se ha visto como reservado para las élites del conocimiento” (Contreras, 2012: 153) y se logre un acercamiento efectivo entre la universidad y la sociedad. De esta manera, la radio universitaria se convierte en el cauce privilegiado de expresión de las inquietudes

de la comunidad (González y Ramos, 2012). Para López (2005), la radio es el mejor medio técnico interactivo para actuar en el entorno, ya que permite que se establezca un contacto directo entre el comunicador y la sociedad, y señala que el comunicador es la propia universidad, que se encarga de informar y aportar cultura además de difundir el saber que genera. Al respecto, Casajús (2011) señala que las radios enmarcadas en el contexto universitario, y que funcionan con el respaldo de las universidades que las albergan, son parte del sistema de medios universitarios y a la vez se insertan en la sociedad, por lo que también conforman el sistema de medios de comunicación social. Esto da lugar a una auténtica “red de activos sociales de su entorno inmediato que encuentran un espacio de participación, enmendando los errores de comunicación del sistema comercial” (Contreras, Mairena y Aguaded, 2014: 128). Como apostillan Pinto Zúñiga y Martín Pena:

Dar voz a la sociedad que rodea a estas estaciones, así como impulsar y colaborar con las causas sociales, se ha convertido en parte del día a día de estas emisoras, que constituyen el lugar idóneo para ello, ya que no existen presiones comerciales o partidistas que limiten la libertad de expresión de los colaboradores, los cuales enriquecen el discurso universitario con tintes sociales y una frescura difícil de alcanzar en las emisoras convencionales, más preocupadas por el éxito de audiencia de sus programas (Pinto y Martín, 2017: 173).

Radios universitarias en el contexto político iberoamericano

Al vincular la mirada política con el análisis desarrollado, es conveniente explorar un aspecto que ha irrumpido con mucha fuerza, sobre todo en el escenario de las universidades más jóvenes de América Latina. Se trata de un capítulo que abarca los últimos años del siglo xx y el recorrido de las casi dos décadas del presente siglo, de acuerdo con una metodología territorial directa que —por estar en proceso de desarrollo— no se puede cerrar definitivamente, pero sí analizar poniendo también el foco sobre la actuación de los medios universitarios.

Por medio del llamado trabajo social —en especial del trabajo social comunitario—, muchas universidades desarrollan la transversalidad de los trayectos curriculares y desembarcan en el territorio circundante para interactuar con él desde una mirada multipropósito. Organizaciones sociales y no gubernamentales, diversos colectivos defensores de derechos, pequeñas entidades como clubes barriales, bibliotecas populares o empresas recuperadas por sus trabajadores, resultan receptores de un abordaje multidisciplinario, en el que se mezclan los requerimientos de la asignatura común con los saberes sociales y populares extrauniversitarios.

Casi como si se tratase de un retorno a los tiempos fundacionales de Bolonia, las calles, sus organizaciones civiles, los espacios exógenos al proceso áulico, se funden en realizaciones y objetivos, y se abren a nuevas líneas de investigación que en la mayoría de los casos superan las definiciones empíricas para transformarse en método o incluso convertirse en nuevos paradigmas. Equipos interdisciplinarios de estudiantes, con la tutoría docente, caminan el territorio y aunque frecuentemente se pregunten qué conocimiento están llevando a las entidades que visitan, terminan comprendiendo que van en busca de los saberes populares, aquellos que provienen de la sociedad y que acompañan directa o indirectamente, a las propias universidades.

Estas aperturas, como se verá, son posibles gracias al contexto democrático afianzado en la región desde la década de los años noventa. Pero ¿cuál es el rol de la radio a partir de estas novedades? No hay que revisar demasiada documentación para dar la respuesta a este interrogante: su papel se halla implícito en la síntesis fundacional, en el amanecer del proceso de creación de las propias radios. El mismo día en que

se autorizó la puesta en marcha de la emisora más antigua de Latinoamérica, el entonces responsable de la Universidad Nacional de La Plata, Benito Nazar Anchorena, dejará en estas palabras la traza de estos caminos:

A la Universidad de La Plata le corresponde la iniciativa de haber empleado una estación radiotelefónica, no solo como excelente elemento de enseñanza e investigación para la Radiotécnica, sino también para fines de divulgación científica, o sea, como elemento de extensión universitaria [...]. De tal modo, al par que desarrolla una obra completa de difusión cultural, sirve para vincular más aún la universidad con el medio social en que actúa, devolviendo con ventaja al país el esfuerzo que la nación realiza para sostenerla.

Más adelante se ampliará el proceso histórico político de las radios universitarias, recorriendo ese surco trazado por el presidente de la Universidad de La Plata, nada menos que en 1923. Previamente, cabe constatar cómo, en la actualidad, muchas radios universitarias se suman a destacar el desarrollo y fomento de la enseñanza, la investigación y la extensión, definiendo esta última como la función que debe ser debatida y consensuada con el conjunto de la comunidad, para contribuir a la búsqueda de respuestas a los problemas sociales, fundamentalmente de aquellos que afectan a los sectores más vulnerables que no tienen sus derechos esenciales garantizados.

Antecedentes seculares y presente desafiante

La radio universitaria se encuentra cercana al siglo de existencia. El estudio de su inserción en Latinoamérica y de los efectos de su presencia secular en la sociedad no es por ello menor. Hay que tener en cuenta que muchas emisoras del continente, que igualmente acumulan casi cien años de existencia, no son las pertenecientes a las casas de estudio, ya que en la mayoría de los países de la región la radio dio sus primeros pasos como un emprendimiento privado y comercial, y no será hasta la década de los años treinta cuando surjan las primeras radios públicas. Es llamativo, en todo caso, observar cómo la aparición espasmódica de radios universitarias, muchas de ellas encuadradas hoy en el ámbito de lo público, nacieron de forma previa a las emisoras oficiales y en paralelo a la iniciativa privada. Ciertamente, la fecha inaugural, consagrada hoy como Día de la Radio Universitaria Latinoamericana se corresponde con el 5 de abril de 1924.

Ese día, con la inauguración oficial de LR11 Radio Universidad Nacional de La Plata, apareció en Argentina la primera radio universitaria como un medio de comunicación estrechamente vinculado a la educación y a la investigación. Se trata de un hito fundacional que no se puede escindir de los fenómenos que produjo la Reforma Universitaria de 1918³ y de las innovaciones tecnológicas en materia de comunicación aceleradas tras la Primera Guerra Mundial. Es el inicio de un extenso camino en la aparición y el desarrollo de radios universitarias que puso a Argentina a la vanguardia de la incorporación de estos medios de comunicación (Antonucci, Beneítez, Gabay y Turconi, 2009).

Siete años después, se creó la segunda emisora universitaria argentina en la Universidad Nacional del Litoral, cuando, el 18 de agosto de 1931, se lanza al aire LT10, con el objetivo de “tender un puente entre la

³ En Argentina, durante el primer Gobierno del radical Hipólito Yrigoyen (1916-1922) sucedieron los acontecimientos conocidos como la Reforma Universitaria de 1918. Estudiantes universitarios de Córdoba protestaron contra lo que consideraban prácticas autoritarias y dogmáticas de quienes dirigían la universidad. El movimiento se extendió al resto de universidades de América Latina. Produjo reformas en los estatutos y leyes universitarias que consagraron la autonomía universitaria, el cogobierno (que estableció la participación de los estudiantes en la gestión de las universidades), la extensión universitaria, la periodicidad de las cátedras, los concursos de oposición y la gratuidad de la enseñanza universitaria. Muchas de esas reformas tardaron décadas en ser establecidas, y otras, aún en la actualidad, permanecen como objetivos a alcanzar.

universidad y la comunidad” (Levatti, 2016: 91). Más adelante, será la Universidad de Antioquia, en Medellín, la encargada de dar continuidad latinoamericana a la aparición de radios universitarias. Pionera entre las radioestaciones culturales de Colombia, fue fundada el 9 de noviembre de 1933 y desde entonces se ha caracterizado por ser un medio de comunicación abierto, plural y respetuoso de las manifestaciones culturales del mundo. Al sintético recorrido fundacional, se sumará después la radio de la Universidad Técnica Federico Santa María, nacida también de la inquietud científica, el 7 de abril de 1937, y se constituirá en la primera emisora universitaria de Chile.

En esa etapa de nuevos medios, es necesario incluir a otra octogenaria voz universitaria, esta vez en México. El 14 de junio de 1937, con anuncios y notas periodísticas previas en los medios gráficos locales, la Universidad Nacional Autónoma de México inauguró su estación de radio, operada por universitarios. Al igual que en Argentina —con la historia de Enrique Susini y Los Locos de la Azotea—, en 1921 en el Distrito Federal, otro médico, Adolfo Enrique Fernández logró la primera transmisión radiofónica desde los bajos del teatro Ideal. Dieciséis años después de esa cita fundante, Radio UNAM protagonizaba la aparición de la radio cultural en la sociedad mexicana. Ya no era la fervorosa y memorable transmisión de unos experimentadores de la radiotelegrafía, sino que se trataba de una emisión profesional cuyo alcance posibilitaba la sintonía desde cualquier punto de la capital mexicana.

La historia de las radios universitarias en los países latinoamericanos y en las experiencias europeas carece de modelos paradigmáticos, debido a la condición autónoma de las universidades, pero también al surgimiento aleatorio del medio universitario en diferentes etapas del trayecto institucional y a los esquemas administrativos, técnicos, académicos y —casi siempre— presupuestarios.

Inserción en la vida política de América Latina

En la tercera década del siglo xx, los Estados empezarán a apreciar la necesidad de contar con sus emisoras propias, inaugurando con ellas la no siempre bien delimitada frontera entre lo público y lo oficial, u oficialista, y que se definen genéricamente como radios públicas. Citando los casos de mayor antigüedad, un recorrido somero por la geografía del continente permite reconocer la primera radio pública en la República Dominicana en 1928; al año siguiente, en Uruguay, aparecerá el Servicio Oriental de Radiodifusión Eléctrica (SODRE); la radio pública nacerá en México en 1931 y, en 1933, surgirá en Bolivia Radio Illimani. Por su parte, Argentina y Perú erigirán sus emisoras nacionales en 1937.

Frente al modelo europeo, en donde despuntan las radios comerciales y privadas, en los casos mencionados las emisoras estatales consolidarán a lo largo del siglo su presencia, prolongando su dominio sobre las audiencias así como en la generación de formatos y contenidos. De ahí que los regímenes dictatoriales, que asolaron la región en la segunda mitad del siglo, tuvieran como uno de sus primeros objetivos el control de la radiodifusión estatal o pública, produciendo retrocesos en materia de derechos y libertades (que también afectaron a las universidades y, por ende, a sus radios). Cabe extraer ejemplos evidentes en todo el continente:

La dictadura de Alfredo Stroesser en Paraguay (1954-1989), la de Rafael Trujillo en la República Dominicana (1930-1961), la argentina (1976-1983), la uruguaya (1973-1985), la de Juan Velasco Alvarado en Perú (1969-1980), las bolivianas desde 1964 (especialmente durante el mandato del general Banzer a lo largo de casi toda la década de los setenta), la de Somoza en Nicaragua (1971-1979) (Merayo, 2007).

Esta historia explica los vaivenes y padecimientos de la libertad de expresión y a su vez remarca el advenimiento de nuevas radios universitarias. Porque felizmente las dictaduras terminaron y las radios pú-

blicas permanecieron, y sirvieron en adelante como alternativa frente a la sobrecarga de la oferta comercial (si bien a menudo los Gobiernos tergiversan su carácter estatal y las transforman en oficialistas). En cuanto a las radios universitarias, sin embargo —y aun a poco de cumplir un siglo de su aparición—, sigue habiendo muchas dudas sobre su importancia, incluso en las propias universidades. Mientras, se desarrollan modelos que se cruzan y coinciden a veces con lo público, y otros que constituyen una versión de radio comercial, pero la mayoría se desenvuelve en un entorno de incertidumbre, fruto de las dudas que proceden de la propia universidad matriz.

Con todo, en algunas universidades se ha avanzado en la creación de más de una radio, bajo el impulso de su presencia en la extensión territorial o ante la necesidad de buscar el complemento del servicio directo a la comunidad universitaria. Se trata, en su gran mayoría, de estaciones de frecuencia modulada y en el caso de las de amplitud modulada, cuentan —por ejemplo, en Argentina— con su radio FM. Además, las versiones digitales crecen, acompañan a la mayoría de las emisoras en antena y su incursión en los nuevos dispositivos mediatizadores se multiplica al compás de la evolución tecnológica (Giorgi, 2015).

Definir el espacio y la acción radial universitaria

Tras casi cien años de historia, numerosos legisladores, gobernadores, incluso presidentes, han pasado durante su periodo de formación académica por las radios de sus universidades. No obstante, contrariamente a lo que se podría pensar, ha habido que esperar hasta principios del siglo XXI para ver desarrollada una legislación en materia de educación superior y radiodifusión universitaria. A modo de ejemplo, en el caso argentino fue todavía en 2013 (casi noventa años después de la creación de la primera radio universitaria) cuando se aprobó el Día de la Radio Universitaria Latinoamericana, en un Plenario de Rectores del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) que ratificaba una moción de la ARUNA, conmemorando el 5 de abril, en coincidencia con la salida al aire, en 1924, de Radio Universidad Nacional de La Plata. La fecha había sido aprobada por la RRULAC a mediados de 2012.

Con la emisión digital, las radios han ganado la posibilidad del alcance global, pero mantienen la necesidad de contar con su entorno inmediato —actores directos como docentes, estudiantes, no docentes y, en particular, con los miembros de la población en el área de cobertura radial—. Por eso resulta recomendable que cada radio planifique y diseñe la articulación con la sociedad en la cual se inserta.

Dada la enorme extensión de los países de la región, hay que tener además presente la diferente realidad entre las radios establecidas en las ciudades y las de los pueblos, o las de los centros urbanos, capitales de provincias o Estados, donde la mayor parte de las universidades cuentan con radios y proyectos de televisión, la mayoría funcionando como verdaderas plataformas interactivas. Es por ello imprescindible que los responsables directos de las emisoras —junto con los docentes, investigadores, estudiantes, no docentes, es decir, todos los actores que conforman cada universidad— abran espacios que permitan elaborar proyectos democráticamente, participar en los contenidos y, sobre todo, preparen acciones que favorezcan la articulación del acervo y saberes universitarios con actores de la comunidad, sus organizaciones, protagonistas y colectivos sindicales, políticos, sociales y culturales con los que conviven. Un aspecto que está en la génesis de la radiodifusión universitaria corresponde al rol extensionista de la universidad. La radio es un vector fundamental para esa función —también inspirada en la Reforma de 1918— cuyos objetivos deben ser debatidos y acordados con el conjunto de la comunidad.

Ante la realidad de la región, la extensión debe contribuir a la búsqueda de respuestas a problemas sociales, fundamentalmente de aquellos sectores más vulnerables. Es desde allí desde donde se ha de construir el rol político activo de los medios universitarios, explorando los nichos abandonados por el interés

comercial e interviniendo con formatos y contenidos que nutran la difusión de temas sociales profundos. Se trata, pues, de contemplar un escenario distinto para las radios universitarias que incluya la posibilidad de acceder a los ámbitos de acción de los organismos internacionales, los grupos de fomento y las fundaciones humanitarias o altruistas. Y, junto con ellos, de participar en la toma de decisiones, generar contenidos específicos para esas organizaciones y explorar mecanismos que coadyuven a la sostenibilidad de los medios universitarios.

Las radios pueden ser proveedoras de programas que apoyen el desarrollo y la divulgación organizada, abarcando temas de vigencia universal —como la inmigración, el hambre y la pobreza, la salud o la discriminación—, y tratar estas cuestiones desde una visión académica que dé voz a los sectores que no tienen acceso libre y gratuito a los medios convencionales, sometidos a las reglas del mercado.

Referencias bibliográficas

- AGUADED, J. y CONTRERAS, P. (2011): *La radio universitaria como servicio público. Modelos de programación*, A Coruña, Netbiblo.
- ANTEQUERA, J. y OBREGÓN, R. (2002): “La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en Barranquilla (Colombia)”, *Investigación y Desarrollo*, 10(2), pp. 146-169.
- ANTONUCCI, S.; BENEÍTEZ, M. E.; GABAY, S. y TURCONI, O. (2009): *Radio Universidad Nacional de La Plata 85 Aniversario 1924-2009. Toda una vida*, La Plata, EDULP.
- BUENO CAMPOS, E. (2017): “La tercera misión de la universidad: el reto de la transferencia del conocimiento”, *Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología*, 41, pp. 1-8.
- CASAJÚS, L. (2011): “Radio universitaria en América Latina: escenarios y perspectivas”, en J. AGUADED y P. CONTRERAS: *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*, A Coruña, Netbiblo, pp. 70-81.
- CASAJÚS, L. y MARTÍN PENA, D. (2017): “La investigación en radio universitaria”, en L. CASAJÚS y N. GIORGI: *Lo dijo la radio entonces habrá que investigar*, Avellaneda, UNDAV Ediciones, pp. 110-120.
- CASAS, M. (2005): “Nueva universidad ante la sociedad del conocimiento”, *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 2(2), pp. 1-17.
- CONTRERAS, P. (2012): “La voz de los presos en la radio universitaria: puentes con la ciudadanía. La experiencia de UniRadio, Universidad de Huelva”, en C. ESPINO y D. MARTÍN PENA (eds.): *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*, Barcelona, UOC, pp. 153-165.
- CONTRERAS, P.; GONZÁLEZ MAIRENA, M. y AGUADED, I. (2014): “Programar una radio social en la universidad: el Propósito Penélope de UniRadio”, *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), pp. 112-130.
- FERRER, J. (2014): “La función social de la Universidad”, *El País* (26/12/2014). Disponible en: https://elpais.com/politica/2014/12/26/actualidad/1419608973_749352.html.
- FIDALGO, D. (2006): “Radio universitaria: historia de una radio diferente”, *Razón y palabra*, 49, pp. 1-10.
- (2009): “Las radios universitarias en España: transformación al mundo digital”, *Telos*, nº 80, pp. 124-137.
- GIORGI, M. (2015): *La radio universitaria. Hacia la consolidación de una red autónoma de medios*, Avellaneda, Universidad Nacional de Avellaneda.
- GONZÁLEZ MAIRENA, M. y RAMOS, A. (2012): “La audiencia en los debates radiofónicos a través de Facebook. La experiencia de UniRadio, Universidad de Huelva”, en C. ESPINO y D. MARTÍN PENA (eds.): *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*, Barcelona, UOC, pp. 229-243.
- LEVATTI, A. (2016): “Desafíos y encrucijadas de la radiofonía universitaria”, en O. BOSETTI y R. HAYE (eds.): *Encrucijadas del nuevo milenio: radio, comunicación y nuevas tecnologías*, Avellaneda, UNDAV Ediciones, pp. 89-110.

- LÓPEZ, M. (2005): “La construcción de la identidad a través de la radio digital universitaria”, en A. MARÍN (pres.): *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*, Granada, España.
- MARTÍN PENA, D.; PAREJO CUÉLLAR, M. y VIVAS MORENO, A. (2016): *La radio universitaria. Gestión de la información, análisis y modelos de organización*, Barcelona, Gedisa.
- MARTÍN PENA, D. y VIVAS MORENO, A. (2018): *Radios universitarias en marcha: Hacia la construcción de una contra agenda mediática*, Avellaneda, UNDAV Ediciones.
- PAREJO CUELLAR, M.; MARTÍN PENA, D. y VIVAS MORENO, A. (2017): *La divulgación científica: Estructuras y prácticas en las universidades*, Barcelona, Gedisa.
- PINTO ZÚÑIGA, R. y MARTÍN PENA, D. (2017): “La responsabilidad social a través de las ondas universitarias españolas”, *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 10(1), pp. 158-176.
- MERAYO, A. (2007): “La radio en Iberoamérica, evolución, diagnóstico y prospectiva”, *Comunicación social ediciones y publicaciones*.
- NOVELLI, C. y HERNANDO, Á. (2011): “Las radios universitarias. Trayectoria histórica y panorama mundial”, en J. AGUADED y P. CONTRERAS: *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*, A Coruña, Netbiblo, pp. 12-24.
- REIA-BAPTISTA, V. (2011): “Públicos e rádio: As audiencias universitárias”, en J. AGUADED y P. CONTRERAS: *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*, A Coruña, Netbiblo. pp. 62-69.
- RINCÓN, O. (1998): “La radio en la Universidad Javeriana”, *El Hilo de Ariadna*, 2. Disponible en: <http://www.radio.uady.mx/ariadna/articulos/javeriana.html>.
- RONDA, J. (2011): “Inventar en las ondas. La radio universitaria, una nueva forma de programación y especialización”, en J. AGUADED y P. CONTRERAS: *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*, A Coruña, Netbiblo, pp. 109-118.
- SÁNCHEZ, D. (2005): “El Asociacionismo como motor de la Radio Universitaria. La acción cultural de la Asociación Radiofónica ONDAS y la Radio Universitaria de León”, *Actas II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*, Granada.
- SOLS LUCIA, J. (2016): “El pensamiento de Ignacio Ellacuría acerca de la función social de la Universidad”, *Arbor. Ciencia, pensamiento y cultura*, 192.
- 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 – Chile”, *Actas II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*, Granada.
- VALLEYS, F. (2014): *¿Qué es la responsabilidad social universitaria?* Disponible en: <http://palestra.pucp.edu.pe/index.php?id=111> (consultado el 23 de abril de 2018).
- VÁZQUEZ, M. (2012): *La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*, Tesis doctoral, Barcelona, Universitat Pompeu Fabra.
- VIVAS MORENO, A.; PAREJO CUELLAR, M. y MARTÍN PENA, D. (2018): *Divulgación científica y función social en las universidades*, Madrid, Pirámide.



Fundación Carolina, octubre 2019

Fundación Carolina
C/ Serrano Galvache, 26. Torre Sur, 3ª planta
28071 Madrid - España
www.fundacioncarolina.es
[@Red_Carolina](https://twitter.com/Red_Carolina)

ISSN-e: 1885-9119

DOI: <https://doi.org/10.33960/issn-e.1885-9119.DT17>

Cómo citar:

Martín, D. y Giorgi, M. (2019): “La radio universitaria como alternativa de formación y comunicación”,
Documentos de Trabajo, nº 17 (2ª época), Madrid, Fundación Carolina.

La Fundación Carolina no comparte necesariamente
las opiniones manifestadas en los textos firmados
por los autores y autoras que publica.

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional
(CC BY-NC-ND 4.0)

