



---

# Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**“La creación de radios *online*: el caso de Radio UVa”**

**Autor: Daniel Lorasque Ortega**  
**Tutora: Nereida López Vidales**

**Convocatoria: Junio 2015**

## **AGRADECIMIENTOS**

A la hora de llevar a cabo este proyecto, muchas son las personas que han estado cerca de mi apoyándome día tras día. Este Trabajo Final de Grado no hubiese visto la luz sin aquellos que han estado, de una manera u otra, en cada momento.

Mención especial para la Dra Nereida López Vidales por su empeño, dedicación y, sobre todo, paciencia conmigo. Si ella, doy por seguro que ninguna de estas líneas se podrían leer.

A su vez, mi familia, pilar básico en cada uno de mis movimientos. Junto a ellos, amigos, compañeros y un sin fin de allegados que han querido poner su granito de arena para su elaboración.

Ni que decir tiene que muchas gracias a todos aquellos que han perdido un pequeño tiempo de sus vidas para contestar a los cuestionarios elaborados para la realización de las hipótesis.

Gracias de corazón.

## ÍNDICE

<b>1</b>	<b>Introducción: Las nuevas posibilidades de la radio.....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Justificación: La radio universitaria a través de la web 2.0 .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Objetivos, hipótesis y metodología .....</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>LA LLEGADA DE LA RADIO <i>ONLINE</i> .....</b>	<b>12</b>
<b>4.1</b>	<b>Antecedentes de la radio <i>online</i> .....</b>	<b>12</b>
<b>4.2</b>	<b>Modelos de la radio <i>online</i> .....</b>	<b>14</b>
<b>5</b>	<b>LAS RADIOS UNIVERSITARIAS.....</b>	<b>17</b>
<b>5.1</b>	<b>Radios universitarias en Latinoamérica.....</b>	<b>18</b>
<b>5.2</b>	<b>Radios Universitarias en España .....</b>	<b>18</b>
<b>5.3</b>	<b>Emisoras universitarias españolas .....</b>	<b>19</b>
<b>5.4</b>	<b>La Asociación de Radios Universitarias (ARU).....</b>	<b>23</b>
<b>5.5</b>	<b>Programación y contenidos de las radios universitarias .....</b>	<b>26</b>
<b>6</b>	<b>ONDA UNIVERSITARIA - RADIO UVA .....</b>	<b>27</b>
<b>6.1</b>	<b>Pero, ¿qué es Radio Uva? .....</b>	<b>28</b>
<b>6.1</b>	<b>La infraestructura de Radio UVa .....</b>	<b>29</b>
<b>6.2</b>	<b>Las redes sociales de Radio UVa.....</b>	<b>31</b>
<b>6.3</b>	<b>Características de Radio UVa .....</b>	<b>33</b>
<b>6.4</b>	<b>Programación y contenido en Radio UVa.....</b>	<b>35</b>
<b>7</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>41</b>
<b>8</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>43</b>

## 1 Introducción: Las nuevas posibilidades de la radio

La radio, a lo largo de su historia, ha experimentado continuos avances que, junto a su permanente progreso, le han permitido perdurar como uno de los medios de comunicación más frecuentados por los oyentes. En numerosas ocasiones, este medio de comunicación ha visto de cerca su ocaso debido a la aparición continua de nuevas tecnologías, algo a lo que ha sabido sobreponerse aprovechando cada uno de los nuevos métodos. Las nuevas posibilidades han transformado y han hecho evolucionar a la radio, en especial, Internet; la llegada de la Red de Redes ha proporcionado al medio radiofónico múltiples posibilidades donde destaca la radio *online*.

Pero Internet no solo ha mejorado diferentes medios sino que también ha provocado una nueva forma de comunicación y relación entre individuos. Gracias a la Red de Redes, el usuario ha comenzado a ser el protagonista en los medios de comunicación. Una enorme difusión, más retroalimentación y la interacción como pieza angular hacen que eficaces todos los avances.

Todos estos medios han hecho que la radio *online* se haya ido desarrollando. En 2012, según el AIMC<sup>1</sup> en el estudio “La Radio: tradicional vs *online*”, confirma que la radio *online* es consumida por más de 11 millones de personas al mes. Eso, en porcentaje de internautas, es el 47,2% siendo la música la temática más escuchada. Por su parte, hay que decir que la radio convencional tenía más afluencia. En concreto el 93,1%. Todo hacía indicar que la evolución se debe a la personalización de los contenidos que presenta la radio *online*.

Una de las nuevas posibilidades que trae este medio de comunicación se encuentra en la posibilidad de que cualquier usuario pueda ser capaz de crear sus propios contenidos. Gracias a las nuevas tecnologías crear piezas radiofónicas e, incluso, una emisora, se antoja

---

<sup>1</sup> AIMC: (2012) Resumen general realizado por el EGM de la 3ª oleada de 2011 y 1ª de 2012. Recuperado el 12 de mayo de 2015 de [www.aimc.es/-La-Radio-Tradicional-vs-Online,196-.html](http://www.aimc.es/-La-Radio-Tradicional-vs-Online,196-.html)

relativamente fácil. los métodos más utilizados para este tipo de actividad son el streaming<sup>2</sup> y/o el podcasting<sup>3</sup>

Pero la radio *online* va más allá. Hoy en día se puede escuchar este medio en el lugar y en el momento que se quiera gracias a las nuevas posibilidades que han traído la ruptura con el espacio y el tiempo. La aparición de nuevas plataformas tales como telefonía móvil, Tablets, etcétera, unido a una conexión a Internet , normalmente a través de wifi o conexiones 3G o 4G, ha abierto un abanico extenso e importante para los usuarios.

Bien es cierto que el fenómeno Internet no sería lo mismo sin la Word wide web<sup>4</sup>. La red ha permitido coexistir al medio radiofónico con los portales web. Esto supone que cada emisora *online* cuente con una página web con su propio dominio registrado lo que ha traído consigo el término de radio a la carta. Esto supone que en cualquier momento se puede acceder a este portal en búsqueda del programa que quieres escuchar y que, normalmente, va acompañado de texto e imagen. A pesar de que la programación, en su mayoría, se suele realizar en directo, la posibilidad de mantenerlos alojados en la web o realizar una descarga hacen que la inmediatez, característica esencial de la radio convencional, desaparezca en el nuevo modelo.

Todo esto se lleva a cabo con la combinación de sonido, texto e imagen. Como bien se apuntaba líneas atrás, Internet permite conjugar todo dentro de un mismo sonido. Por tanto, ya no solo encontramos audio sino que este va acompañado de una imagen representativa junto a unas líneas de explicación del mismo. Según Rodero (2002) “es radio contextualizada con imagen e información escrita”. Esto hace que la radio *online* no sea simplemente radio ya que ofrece una información más completa.

Junto a todo esto aparece el fenómeno de la interacción. Este nuevo medio ofrece una enorme apertura a la participación del usuario dentro de las emisoras. Esto provoca que los oyentes

---

<sup>2</sup> Streaming: Es la distribución digital multimedia que nos da la posibilidad de escuchar un audio o ver un vídeo paralelamente a su descarga. Recuperado el 15 de abril de 2015 de [www.cehis.net/sitio/ayuda-video-streaming/asistencia-y-soporte/base-de-conocimiento-faq/ayuda-video-streaming/que-es-y-para-que-sirve-el-streaming](http://www.cehis.net/sitio/ayuda-video-streaming/asistencia-y-soporte/base-de-conocimiento-faq/ayuda-video-streaming/que-es-y-para-que-sirve-el-streaming)

<sup>3</sup> Podcasting: Proceso de distribución de archivos multimedia a través un sistema de redifusión que permite suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que quiera. Recuperado el 17 de abril de 2015 de [www.masadelante.com/faqs/podcast](http://www.masadelante.com/faqs/podcast)

<sup>4</sup> Word Wide Web: (WWW) es un sistema de distribución de documentos de hipertexto interconectados y accesibles a través de Internet mediante los navegadores. Recuperado el 2 de abril de 2015 de [www.definicion.de/www/](http://www.definicion.de/www/)

no sean pasivos y tengan un papel activo dentro de las emisiones. Mucha culpa de ello tiene la aparición de las redes sociales que han provocado el contacto continuo entre las diferentes partes permitiendo al usuario elegir, opinar, preguntar, etcétera. Los oyentes pasivos se han transformado en prosumidores<sup>5</sup>.

Y por último, sumar las posibilidades económicas que ofrece este medio. La radio *online* se puede llevar a cabo de una manera más asequible. El ciberespacio permite la posibilidad de producir sin la petición de múltiples licencias y trámites burocráticos que obligaban al pago de una gran cantidad. Así, con unos mínimos requisitos técnicos y físicos, la puesta en marcha de una emisora *online* se antoja sencilla. Esto se debe a que los software necesarios pueden llegar, incluso, a ser gratuitos así como los materiales necesarios no supondrían un gasto desmesurado. Es más, desde una casa cualquiera, se podría llegar a emitir *online* con una gran calidad.

Todas estas posibilidades han abierto un amplio abanico de oportunidades a la hora de elaborar proyectos de creación de emisoras radiofónicas. La accesibilidad con la que se puede comenzar ha provocado que este medio haya sufrido un gran aumento en número ya que diferentes instituciones, organizaciones y personas han optado por dar un paso adelante. Múltiples son las facilidades que proporcionan las nuevas tecnologías e Internet a este nuevo medio.

Una de las instituciones que más han abogado por este medio son las universidades. Las ventajas con las que cuenta la elaboración y creación de la radio *online* ha provocado que ya sean 27 los centros universitarios que cuentan con una emisora en nuestro país según la Asociación de Radios Universitarias. Pero esto sigue en aumento. La Universidad de Valladolid, bajo el nombre de Radio UVa, cuenta con un proyecto en marcha y en continua evolución.

Un mundo nuevo de posibilidades para la radio *online* es lo que ha traído Internet, que ha provocado que en 2013 la radio *online* superase a la Onda Media un 0,3% más, con 3,2%. Un año más tarde, la radio se convertía en el segundo medio de comunicación en penetración con

---

<sup>5</sup> Prosumidor: También *prosumer* es un acrónimo formado por la fusión original de las palabras en inglés *producer* (productor) y *consumer* (consumidor). Recuperado el 23 de abril de 2015 de [www.prosumidorycomunicacinvirtual.blogspot.com.es/2011/08/definicion-prosumidor.html](http://www.prosumidorycomunicacinvirtual.blogspot.com.es/2011/08/definicion-prosumidor.html)

un 61,5% según el Marco General de los Medios en España del AIMC. Así, es evidente que ambas radios pueden convivir sin problema alguna y compenetrarse gracias a las nuevas posibilidades traídas por el medio *online*.

## **2 Justificación: La radio universitaria a través de la web 2.0**

La elección de este trabajo viene precedido por una experiencia tanto personal como profesional. En el momento que comencé a realizar prácticas en una radio *online* universitaria empecé a conocer la evolución que ha tenido este fenómeno a lo largo de los años en nuestro país. Más concretamente desde 1987, año en el que la Universidad de La Laguna fuese su pionera.

Internet ha abierto un sin fin de posibilidades que han ido provocado continuas evoluciones. Una de ellas se encuentra en la web 2.0<sup>6</sup> que ha provocado que los usuarios ya no sean solo meros espectadores sino que cuentan con “la sobreoferta de cientos de herramientas intentando captar usuarios/generadores de contenidos” (Cobo y Pardo 2007: 15). Según el AIMC, se producen cerca de 30.000.000 millones de conexiones, cifra que aumenta con el paso de los años y que ha llevado a que la radio *online* sea consumida por más de 11 millones de personas, es decir, el 47% de los internautas.

Esta conexión trae el término Ciberradio (Cebrián Herreros, 2009: 14) un modelo diferente de radiofonía ya que “no es una redifusión por Internet, sino que integra los componentes de esta como algo propio y los transforma para convertirlos en algo diferente. No es la oferta de la programación tradicional, sino otra forma de presentarla mediante fragmentaciones o se da entrada a otras emisoras nuevas, aunque todavía no se aprecie que hayan impulsado todas sus aportaciones”.

A través de la web 2.0 el medio de comunicación de la radio deja de ser instantáneo y fugaz para sumar una gran interactividad y variabilidad. El nuevo medio ha traído consigo tres cosas importantes: interactividad, hipermedialidad y multimedialidad. Estos elementos transforman a la radio ya que ha modificado la producción y el consumo de este medio. Ya

---

<sup>6</sup> Web 2.0: la evolución de la Web o Internet en el que los usuarios dejan de ser usuarios pasivos para convertirse en usuarios activos, que participan y contribuyen en el contenido de la red siendo capaces de dar soporte y formar parte de una sociedad que se informa, comunica y genera conocimiento. Recuperado el 11 de abril de 2015 de [www.definicion.de/web-2-0/](http://www.definicion.de/web-2-0/)

no solo es audio sino que va acompañada de otros componentes gracias a la multimedialidad. A su vez, los niveles de interacción a los que se ha ido la radio *online* y, en este caso, las universitarias han hecho que la producción dependa de la demanda de los usuarios. Según Cebrián Herreros (2012: 297), “la interactividad es el elemento que mas define al actual modelo comunicativo porque va más allá de la interacción, presentando una opción de diálogo entre el usuario y la emisora, la información o contenidos y los usuarios”. Por ultimo, la hipermedialidad permite que los usuarios no tengan que seguir un recorrido lineal y puedan navegar sin un orden predeterminado.

Las herramientas incorporadas en este fenómeno permiten y abren la posibilidad a cualquier usuario de crear sus propios contenidos radiofónicos e, incluso, montar su propia emisora. Pocos son los elementos que se requieren para llevar a cabo un proyecto de tales características ya que, en su mayoría, estas herramientas se obtienen a un coste muy bajo e, incluso, de forma gratuita.

La conjugación de un ordenador conectado a internet, un hosting<sup>7</sup>, la posibilidad de una mesa de mezclas y diferentes programas de grabación, reproducción y edición de audio serían los elementos básicos y necesarios para comenzar a emitir. Estas herramientas ha supuesto un gran desarrollo a nivel social, pero también en el educativo. De ahí que los centros universitarios se hicieran eco de esta posibilidad.

Las universidades vieron ante si una gran oportunidad a la hora de poner en marcha una emisora de radio. En ella, alumnos, profesores y colaboradores intervienen en todos los diferentes procesos que se llevan a cabo. Esta característica hace que los prosumidores emerjan con fuerza dadas sus características, similares a las necesarias en estos medios puesto que se trata de usuarios de radio que son capaces de llevar a cabo piezas, participar en los diferentes programas y ser parte activa a la hora de escuchar el medio. Hay que sumar que suele tratarse de usuarios familiarizados con la tecnología lo cual provoca que sea una actividad más en su vida diaria y disminuye el desconocimiento previo. Lo cual provoca que se produzca “una democratización del proceso comunicativo porque prosumers y consumidores en general intervienen también en la distribución y difusión de los productos mediáticos” (López Vidales).

---

<sup>7</sup> Hosting: en español alojamiento web. es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web. Recuperado el 19 de abril de 2015 de [www.ayuda.anacondaweb.com/definicion-de-hosting](http://www.ayuda.anacondaweb.com/definicion-de-hosting)



La conexión de la web 2.0 y los centros universitarios ha traído un sin fin de oportunidades a la hora de poner en marcha proyectos de estas características. El bajo coste junto con la implicación de personal, el no tener que contar una frecuencia concreta y el nuevo papel del usuario junto a la posibilidad que da este medio para los alumnos a la hora de llevar a cabo diferentes prácticas han dado un salto a la radio *online*.

Otra de las oportunidades que se ha abierto con la radio *online* se encuentra dentro de apartado educativo. La posibilidad de contar con una emisora en el ámbito educativo provoca un aumento en la participación, cooperación y colaboración y la apertura a la imaginación de los protagonistas. Este medio puede ayudar al desarrollo de la motivación, resolución de problemas, participación activa, toma de decisiones o la aceptación de roles. Así, “de cada tres universidades españolas hay una emisora de radio” (Martín Pena, 2013).

El podcast educativo es otra de las novedades que presenta la radio *online*. Solano y Sánchez (2010) lo defino “como un medio didáctico que supone la existencia de un archivo sonoro con contenidos educativos y que ha sido creado a partir de un proceso de planificación didáctica. Puede ser elaborado por un docente, por un alumno, empresa o institución”.

Hay que tener en cuenta que la mayoría de las emisoras universitarias cuentan con los futuros periodistas en el día a día. En ellas tienen la posibilidad de realizar las actividades que, en un futuro, tendrán que hacer frente en el mundo laboral.

### **3 Objetivos, hipótesis y metodología**

El objetivo fundamental de mi Trabajo Final de Grado es la exploración de los modos actuales de creación de una radio *online* basándome en el estudio de caso de la radio universitaria de la Universidad de Valladolid, Radio UVa.

El estudio de caso de esta emisora va a permitir analizar el proceso mediante el cual se lleva a cabo la elaboración de una emisora *online*. Desde el punto de partida hasta su momento actual, se podrá apreciar cuales son los puntos clave de una radio en Internet así como las técnicas a la hora de desarrollar este modelo.

La aparición de este nuevo modelo ha supuesto una revolución en cuanto a contenidos. Los oyentes cobran un protagonismo que antes no tenían por lo que en este trabajo podremos observar las nuevas posibilidades que presenta la radio *online* de cara la participación del usuario, elaboración de contenidos, etcétera.

Muchas son las instituciones que han optado por este método. Una de las más importantes son las universidades lo que ha provocado que el crecimiento de radios universitarias haya sido grande y siga en aumento. Explorar la evolución que ha sufrido la radio *online* dentro de las universidades y conocer qué centros cuentan con un proyecto de estas características y todo su entorno es otro de los objetivos a desarrollar en este trabajo.

Además, la sociedad se ve involucrada por completo en su desarrollo. La aparición de nuevas tecnologías de la información y comunicación así como de nuevas vías como las redes sociales han provocado numerosas ventajas. Unas características que serán analizadas a lo largo del trabajo.

Las nuevas generaciones nacen con los modelos actuales que emergen gracias a los continuos avances tecnológicos. Dar a conocer, explorar y profundizar en sus diferentes características puede ser de gran utilidad para los diferentes usuarios. En este trabajo nos vamos a acercar un poco más a la radio *online*, más concretamente a las radios universitarias de la mano de Radio UVa.

La hipótesis principal de este trabajo se encuentra en comprobar si los centros universitarios se han aprovechado de las ventajas que ha traído Internet. Lo cual habría provocado el incremento considerable de emisoras en las universidades españolas.

La generalización de Internet y la aparición de nuevas tecnologías no solo ha provocado este crecimiento en las universidades. La aparición en la Red de Redes de múltiples software y programas gratuitos ha permitido que cualquier usuario tenga la posibilidad de crear sus propios contenidos radiofónicos.

A su vez, los usuarios tienen la posibilidad de tener un mayor acceso y participación en los programas. Lo cual hace que el radioaficionado tenga otro papel dentro de la dinámica de las emisoras pasando de ser un oyente pasivo a activo.

La realización de este Trabajo Final de Grado se ha llevado a cabo a través de una metodología cualitativa de observación directa en base al objeto de estudio –Radio UVa-, con la intención describir el proceso de creación de una radio universitaria.

Este proceso se ha podido presenciar desde tres puntos de vista diferentes durante el desarrollo del Grado en Periodismo debido a la implicación personal del autor: la realización de prácticas de empresa en Radio UVa a la hora de superar la asignatura de Prácticas externas: prácticas de empresa; desde el lado del alumnado como parte de las diferentes asignaturas correspondientes y desde el otro lado del proyecto como oyente. A su vez, y una vez terminadas su obligaciones dentro de la emisora, se ha llevado a cabo la búsqueda de información a través de la propia emisora, Radio UVa, y su proyección hacía el exterior.

La observación directa por parte del autor se ha llevado a cabo a través no solo de su experiencia personal, sino que también de manera directa con los diferentes miembros del proyecto. La visualización de sus compañeros o diferentes grupos de radio han permitido recoger diferente información y datos para la realización de este estudio. Hay que sumar que dicho autor conoce de primera mano los software y programas necesarios y utilizados por Radio UVa por lo que es conocedor de la tecnología necesaria para su utilización y creación.

Dentro de la dinámica de la emisora, las exigencias diarias y semanales aportaban datos muy interesantes de cara a este estudio. En periodos de tiempo cortos, se debía de entregar una ficha concreta sobre las labores realizadas a lo largo de la semana en la emisora. En ella, tanto mi compañero de prácticas como yo, señalábamos cuales eran las actividades concretas realizadas durante esos días.

Entre esas actividades cabe destacar la función de ayuda y apoyo que se ofrecía a los grupos que acudían a la emisora para un correcto funcionamiento. Además, se llevaba a cabo la realización de diferentes reportajes y noticias a lo que se sumaba el informativo semanal de Radio UVa. Unas funciones dentro de la radio que también contaba con la ampliación de las bibliotecas multimedia con las que cuenta la emisora.

A su vez, se recibían diferentes horarios con los que contaba Radio UVa, así como llegaba información de todos los movimientos que acontecían tales como sorteos, concursos,

etcétera. Cada programa cuenta con una hora asignada a lo largo de la semana que se respeta y que se puede consultar en [www.radiouva.es/programación/](http://www.radiouva.es/programación/)

Hay que sumar, que cada grupo de radio, recién entrado en la emisora y una vez realizado cada programa, debía enviar una ficha cumplimentada y detallada con la siguiente información:

<b>FICHA DEL PROGRAMA:</b>
<b>Título:</b>
<b>Categoría:</b>
<b>Texto:</b>
<b>Presentadores:</b>
<b>Realizador:</b>
<b>Extracto:</b>
<b>Etiquetas:</b>
<b>Imagen:</b>

Los contenidos elaborados se insertan en la web con las normas estipuladas en el manual de usuario de Radio UVa previa revisión del equipo responsable. Un conjunto que, en su mayoría, está formado por alumnos y profesores del Grado en Periodismo que dotan a esta emisora de profesionalidad.

Todos estos procesos se llevan a cabo gracias a la coordinación entre todos los colaboradores. Cada grupo cuenta con un redactor jefe que, cada cierto tiempo, se juntan con los responsables de la emisora para llevar a cabo una reunión de cara a una organización eficaz.

## **4 LA LLEGADA DE LA RADIO *ONLINE***

### **4.1 Antecedentes de la radio *online***

La radio *online* tiene su origen en 1993 con Carl Malamud como creador de la primera estación de radio a través de la red. Con el nombre de Talk Radio y a través de la tecnología MBONE nacía un nuevo modelo radiofónico a pesar de que no se desarrollaba programación

a tiempo completo. Fue en 1995 cuando Radio HK emitiese sin interrupción música independiente. Sus creadores fueron Norman Hajjar junto al laboratorio Kaufman New media Lah, una agencia de publicidad de California. Su producto se elaboraba a través de un reflector de conferencia que se conectaba directamente a un CD personal. En estos momentos, estas estaciones usan servidores web que permiten emitir las 24 horas del día.

Entre medias, en 1994, la primera emisora en anunciar la radiodifusión a través de la red fue la WXYC. Pero tienen que pasar dos años para que apareciese la primera que contase con una licencia legal. La pionera fue Sonicwave.com a través de Edward Lyman que ofrecía una transmisión de 24 horas. En Europa, hubo que viajar a Londres donde tuvo su apertura Virgin Radio.

El año 1995 tuvo su relativa importancia debido a la aparición de Real Audio, programa capaz de permitir realizar la función de emitir en tiempo real. Esto supone que ya no había que realizar el paso previo de la descarga. Este sistema estaba basado en la comprensión y transmisión de sonidos a través de la red. La empresa RealNetworks, fundada por Rob Glaser fue la encargada de ponerlo en marcha.

Ese mismo año, se puso en marcha este tipo de radio en directo a través de KPIG desde California, emisora que sigue existiendo hoy en día bajo el nombre de Radio Paradise. Ya en 1996, GBS Radio Networks con Guy Giuliano llevan a cabo una programación concreta en Internet basado en la música. Poco tiempo después, sus derechos fueron comprados por eMusic.

Un proyecto en el que las mujeres también iban a tener su protagonismo. Corría el año 1997 cuando se creó Amazon City Radio. Un año más tarde, en Australia, apareció NetFM, famoso por “The Vinyl Lounge”, la emisión más larga del mundo a través de internet.

Años más tarde, en 2003, aparece Windows 2003 Server. La empresa Windows lo situaba en el mercado con un ancho de banda que hacía posible que grandes masas de oyentes tuviesen la oportunidad de conectarse a la misma transmisión de una manera más que estable y un sonido de 128kbps, lo que iguala el sonido de una radio tradicional (Aguilar Guerrero, 2009). Durante el mismo año, RadioVague comenzó a realizar retransmisiones en directo.

Todos estos avances provocaron que fuese en el año 2007 cuando este proyecto comenzase a dar frutos de llegar a ser una posibilidad móvil importante y viable. Gracias al código DHTML se comienza a permitir su lectura a través de la telefonía móvil por lo que comienza una extensión sin fronteras.

En España, se puede hablar de diferentes tipos de radio. Uno de ellos es la radio digital que se divide en dos: la digital terrestre y la digital difundida por Internet. En el primero de los casos, se transmite a través de la norma DAB<sup>8</sup>, ya sea en OM<sup>9</sup> o FM<sup>10</sup>; por su parte, en la segunda aparecen los fenómenos del streaming y/o podcasting.

Hoy, la radio *online* está sufriendo una gran conversión provocada por la explotación extrema que están sufriendo los diferentes medios de comunicación. Internet ha provocado la aparición de un nuevo modelo de visionar los diferentes medios de manera conjunta. Ángel Faus (2008) afirma que “la tecnología permite que todos los medios circulen a través de un mismo y único sistema, unir todos los soportes técnicos en un único sistema para que todos funcionen por ahí, a través de lo on-line”.

Internet no solo ha supuesto una transformación en este medio. Su llegada ha hecho que la radio sufriese un aumento gracias, en parte, a la posibilidad de disponer de diferentes dispositivos y una banda ancha que permite tener el producto que se requieren cualquier momento. Esto hace que la radio disponga de dos vertientes, la tradicional y la *online*, pero también que “es un producto multimedia, basado fundamentalmente en el audio con un empaquetado lógico que se emite por cualquier canal y se recibe en cualquier dispositivo” (World Radio Day Madrid, 2013).

## 4.2 Modelos de la radio *online*

La radio *online* ha sustituido la característica principal de la inmediatez que aportaba el medio tradicional. Hoy, las barreras de espacio y tiempo que existían en el pasado están ya olvidadas debido a las posibilidades que aparecen con la inclusión de la Red de Redes.

---

<sup>8</sup> DAB: También Transmisión Digital de Audio o Digital Audio Broadcasting, es un estándar de emisión de radio digital. Fue desarrollado por Eureka con carácter de proyecto de investigación para la UE. Recuperado el 3 de mayo de 2015 de [www.ramonmillan.com/tutoriales/radiodigital.php#dab](http://www.ramonmillan.com/tutoriales/radiodigital.php#dab)

<sup>9</sup> OM: Es la denominada Onda Media. Abarca la frecuencia desde los 300 kHz a los 3 MHz. Recuperado el 2 de junio de 2015 de [www.arieldx.tripod.com/manualdx/bandas/mw.htm](http://www.arieldx.tripod.com/manualdx/bandas/mw.htm)

<sup>10</sup> FM: Es la Frecuencia Modulada. Sistema de transmisión en el que la frecuencia varía según la señal de audio transmitida. Recuperado el 2 de junio de 2015 de [www.mediosdigitales.galeon.com/aficiones983107.html](http://www.mediosdigitales.galeon.com/aficiones983107.html)

La ciberradio tampoco cuenta con barreras físicas ya que su contenido puede ser escuchado en todo el mundo. A esto hay que sumar que el nuevo medio lleva a cabo los diferentes elementos de manera fragmentada y diferenciada. Esto provoca que a través de Internet, y más concretamente de las webs, se lleve a cabo una mayor interactividad entre la emisora y el usuario. El motivo de ello son los dos modelos a través de los cuales se puede llevar a cabo la emisión de radio *online*:

#### PODCASTING:

El podcasting es una manera de permutar archivos multimedia (audio, vídeo, texto...) automáticamente en Internet mediante RSS (Really Simple Synducation)<sup>11</sup>. Ramón Gallego (2010) lo define como una “aplicación tecnológica que nos permite desde nuestro ordenador, distribuir y recibir audio de forma sindicada”.

En el momento en el que un individuo se suscribe a cualquier podcast, este automáticamente se descarga al soporte que nosotros hayamos elegido en cuanto este conectado a la red. Acto seguido se almacena en la memoria seleccionada y permite realizar cualquier opción con el mismo tantas veces que se quiera respetando sus derechos.

Ramón Millán (2011, 184) no duda a la hora de decir que “gracias al podcasting es posible producir ficheros de audio de alta calidad, de forma rápida y sencilla y conseguir una audiencia global pero con alta capacidad de segmentación, lo cual tiene importantes aplicaciones para la educación, promoción, información, etc. Este nuevo sistema permite suscribirse gratuitamente a miles de programas radiofónicos profesionales o aficionados”

Pero, ¿cómo elaboramos un podcast? Un ordenador, un micrófono y un software con posibilidad de grabar y editar el podcast sería más que suficiente para su elaboración. Bien es cierto que la presencia de una mesa de mezclas y una tarjeta de sonido provocarían que la calidad llegase a ser mucho mayor.

---

<sup>11</sup> RSS: Formato que permite compartir contenidos en Internet. El formato está en XML. Se usan para difundir información sin la necesidad de contar con un navegador. Recuperado el 3 de junio de 2015 de [definicion.de/rss-2/](http://definicion.de/rss-2/)

En cuanto a programas se refiere, Audacity<sup>12</sup> es el software libre más habitual para este tipo de prácticas. Existen otros más profesionales como el Adobe Audition o Linux MultiMedia Studio pero prácticamente cuentan con las mismas características y posibilidades de cara a la grabación y edición de audio.

Una vez realizada la grabación, lo más aconsejable es transformar el archivo a Mp3. Esto supone un mayor peso en el propio archivo sin deteriorar la calidad además de ser la forma más leíble para todos los soportes y que sea descargado de una manera más rápida. A su vez, se le inserta una etiqueta donde se incrusta la información que se vaya a aparecer junto al audio. El siguiente paso es colocar los archivos visibles para los usuarios, acción que se puede llevar a cabo a través de un servidor propio o, si tiene muchos oyentes, mediante uno de pago (Podcast.es). Para finalizar el proceso, el archivo tiene que ser subido en servidores correspondientes de podcasting como por ejemplo iVoox.

#### STREAMING:

El streaming es un modelo que permite visualizar y/o escuchar un archivo de manera paralela a su descarga. Esto permite visualizar lo que se quiera en directo a través de Internet.

Para llevar a cabo la realización de streaming, las necesidades son mucho más complejas en comparación con el podcast. Unas necesidades que se puede dividir en tres grupos: soporte físico, software y aplicaciones y equipo humano.

Empezando por el material físico necesario, el ordenador y los micrófonos se mantienen. Eso sí, el primero ha de estar conectado a Internet mientras que los segundos tendrían mucha más utilidad si fuesen digitales con los auriculares integrados. un mezclador junto a unos altavoces externos y un teléfono externo completarían el soporte necesario y cualificado para la realización de un streaming de calidad. Por último, diferentes dispositivos de almacenamiento.

En cuanto a los software necesarios, el programa de grabación y edición de audio se mantiene por lo que Audacity sería uno de los componentes. Una de las partes importantes se encuentra

---

<sup>12</sup> Audacity: Software libre creado en 1999 que permite la grabación y edición de audio. Recuperado el 3 de junio de 2015 de [www.ite.educacion.es/formacion/materiales/107/cd/audio/audio0201.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/107/cd/audio/audio0201.html)



en la realización de una web corporativa. En ella es donde se van a alojar todos los contenidos llevados a cabo además de ser utilizada como una plataforma para la difusión, actualización de contenidos, etcétera. Para ello, contar con un hosting se antoja necesario.

En el mismo apartado, tres son las aplicaciones necesarias para llevar a cabo con éxito un streaming: Winamp y Shoutcast, un gestor de contenidos y Spreaker. El primero es el reproductor multimedia que necesita del complemento del Shoutcast para poder transmitir contando, ambos, con una sencilla instalación. Por su parte, el gestor de contenidos se puede elegir. El más habitual es ZaraRadio, programa gratuito de uso sencillo pero existen otras opciones como MixMeister o Sonicart. Para terminar, hay que sumar Spreaker, herramienta para llevar a cabo podcast *online* o una emisora de radio.

Por último, el equipo humano que depende de las posibilidades con las que se vaya a contar en la emisora. Sin tener en cuenta este aspecto, los puestos básicos a tener en cuenta serían el de realizador, community manager<sup>13</sup>, editor y el controlador de calidad y audiencias.

## 5 LAS RADIOS UNIVERSITARIAS

Una de las instituciones en las que más fuerte ha entrado la radio es la universidad. Con menos de un siglo de tradición, ya son numerosas los centros universitarios que cuentan con una emisora propia, número que sigue creciendo con el paso de los años.

Fue en 1917 cuando se llevaron a cabo los primeros experimentos en EEUU. Pittsburg, Detroit y Wisconsin fueron las universidades que pusieron el punto de partida pero fue en 1921 cuando se consigue la primera licencia oficial de mano de la Universidad de Salt Lake City, bajo el nombre de los Últimos Santos.

A raíz de aquí, el crecimiento fue asombroso. En 1936 el número de licencias superaban las doscientas. Tanto fue su evolución que antes de cerrarse el siglo XX, ya se superaba el millar de emisoras, gran parte de ellas llevadas a cabo por propios estudiantes (Novelli y Hernando, 2011)

---

<sup>13</sup> Community manager: es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet creando y manteniendo relaciones estables y duraderas. Obtenido de <http://comunidad.iebschool.com/iebs/general/que-es-un-community-manager/>

## **5.1 Radios universitarias en Latinoamérica**

En Latinoamérica, el primer país que contó con una emisora universitaria fue Argentina. Fue en 1924 cuando la Universidad de la Plata, en Buenos Aires, logró salir en el aire. 8 años más tarde, en 1931, sería la Universidad Nacional del Litoral, en Santa Fé, la que siguiese sus pasos.

Con las universidades argentinas como punto de partida, los diferentes países de la zona pronto de pusieron en marcha de cara a contar con una emisora. Colombia, México o Chile fueron los estados donde los centros universitarios cogieron el testigo. La Universidad de Antioquia en 1933, la Universidad Nacional de México en 1937 o la Universidad Técnica Federico Santa María de Chile en 1937. Así, en los 90 ya se había superado la centena de radios universitarias en Latinoamérica.

Hoy en día, Lucía Casajús (2011) estima que lleguen a superar las doscientas, cada una con las señas de identidad propias de su universidad de pertenencia .

Por el contrario, si queremos hablar sobre este fenómeno en el viejo continente, tendríamos que esperar hasta los años 60. Más concretamente en Francia e Inglaterra y, 20 años más tarde, en Alemania.

En la mayor parte de ellas, la licencia otorgada es de tipo cultural mientras que suelen ser llevadas por los estudiantes. Bien es cierto que con el paso del tiempo el tipo de producción ha ido variando dependiendo del tipo de licencia (Fidalgo, 2009)

## **5.2 Radios Universitarias en España**

Hay que esperar varios años para hablar de radios universitarias en nuestro país. Mas concretamente en 1987 cuando aparece la emisora de la Universidad de La Laguna, creada por un grupo de alumnos en el Colegio Mayor San Fernando. Habría que una década más para que la Universidad de Salamanca contase con su propia radio. Eso sí, sin programación hasta el año 2001.

Años antes, en el último lustro de los años 90, otras ciudades como Navarra, A Coruña, Madrid, Complutense y León llevaron a cabo el proyecto de formar una radio universitaria.

El proceso fue lento debido a dos problemas que se vieron resueltos con la llegada de Internet: la legalidad de la licencia y el coste de mantenimiento.

El momento de gran desarrollo de la radio universitaria en España tiene lugar en los primeros años del siglo XXI. Esto se debe a que durante estos años se lleva a cabo la creación de nuevas universidades de comunicación y las facilidades técnicas que ha traído la aparición de Internet a la hora de la producción y emisión de contenidos (Marta Lazo, 2011).

Todas estas emisoras, casi en su totalidad, nacen fuera de las exigencias legales. Es ahí donde aparecen las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Gracias a su profundo aprovechamiento las universidades tuvieron la oportunidad de proseguir con sus proyectos. La primera en ofrecer su producto a través de Internet es la Universidad de León. Era el año 1997 cuando nacía Ondas, nombre de la asociación de estudiantes que estaban a la cabeza del proyecto. Un año más tarde, la Universidad de La Laguna tenía que hacer lo mismo a través de internet después de tener que cerrar la emisión por FM.

Así, en 2001, la universidad de Salamanca comienza a conjugar la emisión *online* con la emisión en ondas. Con esto, se comienzan a “diversificar su oferta de contenidos, ya que ponen en marcha dos canales de temática musical de emisión sólo por la red, uno de música pop-rock y otro de temática clásica, aunque ambas experiencias sólo duraron un par de temporadas” (Vázquez, 2012: 124).

Todo esto provocó que a principios de 2012, según un estudio de Marta Lazo y Segura Anaya, las radios universitarias contasen en su mayoría con radios *online* de forma exclusiva (38,5%). Además, no solo quedaba ahí ya que de manera dual, junto a su onda FM, llegaba a la cifra del 50%. Tan solo el 11% tomaba partida sin usar la Red. En este estudio también tuvo lugar “la forma de emisión la cual oscilaba en un 40% a través de streaming o podcast en las emisoras con uso exclusivo de Internet; mientras que un 40% solo en podcast por un 20% en streaming” (Marta lazo y Segura Anaya, 2012:112)

### **5.3 Emisoras universitarias españolas**

En la actualidad, se ha consolidado la convivencia entre los medios tradicionales y los actuales. La aparición de las redes sociales, el multisoporte o la diversidad de contenidos son

algunos de los factores que han provocado esta coexistencia. Todo esto ha llevado a que las radios universitarias cobren protagonismo.

Las emisoras universitarias dan la posibilidad a aquellos que no tenían voz en los medios tradicionales. Además, son un método de aprendizaje para los futuros trabajadores del sector que, junto a otras características, han provocado que España cuente con más de 30 emisoras de radios universitarias. La ARU cuenta con un registro de 27 de ellas de las que 25 cuentan con cierta autonomía.

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio UNED
<b>Universidad</b>	Universidad nacional de educación a distancia
<b>Nacimiento</b>	1974
<b>Temas</b>	Especializada, institucional, informativa, formativa y entretenimiento.
<b>Url</b>	<a href="http://www.canaluned.com">www.canaluned.com</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio Campus
<b>Universidad</b>	Universidad La Laguna
<b>Nacimiento</b>	1987
<b>Tema</b>	Generalista, especializada, institucional, informativa, formativa y entretenimiento
<b>Url</b>	<a href="http://www.rcampus.net">www.rcampus.net</a>


<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Inforadio
<b>Universidad</b>	Universidad Complutense
<b>Nacimiento</b>	1995/2000
<b>Tema</b>	Especializada, institucional, informativa, formativa y entretenimiento
<b>Url</b>	<a href="http://www.inforadioucm.es">www.inforadioucm.es</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio Universidad de Salamanca
<b>Universidad</b>	Universidad de Salamanca
<b>Nacimiento</b>	1995
<b>Tema</b>	Especializada, institucional, informativa, formativa y entretenimiento
<b>Url</b>	<a href="http://www.usal.es/radiouni">www.usal.es/radiouni</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	98.3 radio
<b>Universidad</b>	Universidad de Navarra
<b>Nacimiento</b>	1999
<b>Tema</b>	Generalista institucional, informativa, formativa y entretenimiento
<b>Url</b>	<a href="http://www.unav.edu/web/vida.universitaria/983radio">www.unav.edu/web/vida.universitaria/983radio</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio Universitaria León
<b>Universidad</b>	Universidad de León
<b>Nacimiento</b>	2000
<b>Tema</b>	Generalista institucional, informativa, formativa y entretenimiento
<b>Url</b>	<a href="http://www.radiouniversitaria.com">www.radiouniversitaria.com</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	upf Radio
<b>Universidad</b>	Universidad Pompeu Fabra
<b>Nacimiento</b>	2007
<b>Tema</b>	Generalista, especializada, institucional, informativa, entretenimiento y formativa
<b>Url</b>	<a href="http://www.upf.edu/upfradio">www.upf.edu/upfradio</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Umh Radio
<b>Universidad</b>	Universidad Miguel Hernández
<b>Nacimiento</b>	2007
<b>Tema</b>	Generalista, especializada, institucional, informativa, entretenimiento y formativa
<b>Url</b>	<a href="http://www.radio.umh.es">www.radio.umh.es</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Ruah Alcalá
<b>Universidad</b>	Universidad de Alcalá
<b>Nacimiento</b>	2008
<b>Tema</b>	Generalista, informativa y entretenimiento
<b>Url</b>	<a href="http://www.ruah.es">www.ruah.es</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio URJC
<b>Universidad</b>	Universidad Rey Juan Carlos
<b>Nacimiento</b>	2009
<b>Tema</b>	Generalista, informativa, entretenimiento y formativa
<b>Url</b>	<a href="http://www.radio.fccom.urjc.es">www.radio.fccom.urjc.es</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Iradio UCAM
<b>Universidad</b>	Universidad Católica San Antonio de Murcia
<b>Nacimiento</b>	2009
<b>Tema</b>	Generalista, entretenimiento y formativa
<b>Url</b>	<a href="http://www.iradio.ucam.edu">www.iradio.ucam.edu</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radiouniversidad.es
<b>Universidad</b>	Universidad de Almería
<b>Nacimiento</b>	2010
<b>Tema</b>	Generalista, institucional, informativa, y formativa
<b>Url</b>	<a href="http://www.radiouniversidad.es:81">www.radiouniversidad.es:81</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Uniradio Jaén
<b>Universidad</b>	Universidad de Jaén
<b>Nacimiento</b>	2010
<b>Tema</b>	Generalista, especializada, institucional, informativa, entretenimiento y formativa
<b>Url</b>	<a href="http://www.uniradio.ujaen.es">www.uniradio.ujaen.es</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Onceu Radio
<b>Universidad</b>	Universidad CEU San Pablo de Madrid
<b>Nacimiento</b>	2010
<b>Tema</b>	Generalista, formativa, especializadae institucional
<b>Url</b>	<a href="http://www.onceu.es/rado/">www.onceu.es/rado/</a>

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio Side
<b>Universidad</b>	Universidad de Cantabria
<b>Nacimiento</b>	2010
<b>Tema</b>	Especializada, entretenimiento y formativa
<b>Url</b>	www.rtvside.com

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio Unizar
<b>Universidad</b>	Universidad de Zaragoza
<b>Nacimiento</b>	2011
<b>Tema</b>	Generalista, especializada, institucional, informativa, y formativa
<b>Url</b>	www.radio.unizar.es

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio Universitat
<b>Universidad</b>	Universidad de Valencia
<b>Nacimiento</b>	2011
<b>Tema</b>	Generalista, especializada, informativa, institucional, entretenimiento y formativa
<b>Url</b>	www.mediauni.uv.es/radio

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	Radio USJ
<b>Universidad</b>	Universidad San Jorge de Zaragoza
<b>Nacimiento</b>	2012
<b>Tema</b>	Generalista, especializada, informativa y formativa
<b>Url</b>	www.dragondigital.es

<b>Logotipo</b>	
<b>Nombre</b>	UBTV
<b>Universidad</b>	Universidad de Barcelona
<b>Nacimiento</b>	2012
<b>Tema</b>	Generalista, especializada, institucional, entretenimiento, informativa y formativa
<b>Url</b>	www.ub.edu/ubtv

UOC y la Universidad Carlos III son las otras dos emisoras que completan la lista de la Asociación de Radios Universitarias.

## 5.4 La Asociación de Radios Universitarias (ARU)

En el año 2000 se produce un salto enorme de radiodifusión universitaria. Por ello, años atrás surgió una serie de encuentros de cara a la creación de una organización que reuniera a todas las radios universitarias existentes. ¿El objetivo? Proteger y visibilizar la realidad así como congregar objetivos a la hora de trabajar así como diferentes investigaciones.

Bajo las siglas de ARU, la Asociación de Radios Universitarias nace en noviembre de 2011. Desde sus inicios, la apertura de nuevas emisoras ha sido constante hasta llegar a la cifra de las 27 que actualmente forman sus filas. Además, ha marcado en el calendario el día de la radio universitaria, siendo el 2 de octubre.

Podríamos decir que ARU es la primera asociación que une a expertos de los diferentes centros universitarios con la finalidad de aumentar y fomentar la cooperación e interacción entre las mismas. Su consejo de administración quedó formado por un representante de cada comisión de trabajo ( relaciones institucionales, relaciones internacionales y movilidad, contenidos e intercambios, asesoramiento, formación y consultoría, comunicación e investigación) a los que se suman un secretario general, un coordinador y un tesorero.

A su vez, está representada y gestionada por el Consejo de Dirección y la Asamblea General de Asociados de los que son miembros el secretario de coordinación, el secretario técnico, tesorero y un miembro en representación de cada una de los Comisiones de Trabajo de la Asociación , hasta un máximo de 8.

Es evidente que una asociación ha de contar con diferentes objetivos a la hora de ponerse en marcha. La ARU cuenta con muchos de ellos entre los que podemos destacar los siguientes:

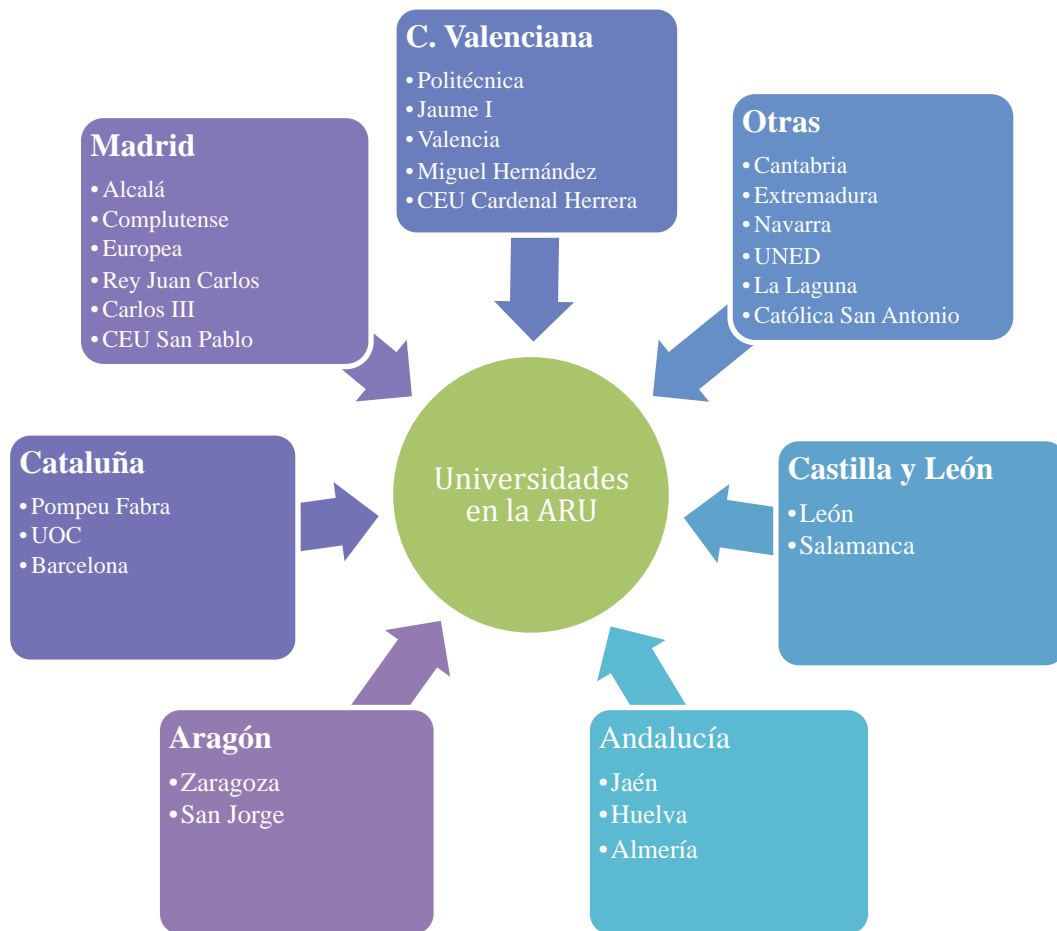
- Promover la presencia de la Universidad en la sociedad.
- Contribuir al desarrollo de la educación, la cultura, la ciencia, la creación, la producción y la difusión de contenidos para radio, Internet y soportes de comunicación a través de la interacción y la cooperación entre sus asociados.
- Estudiar, diseñar, proponer e implementar metodologías de trabajo que permitan establecer mecanismos de cooperación entre las Universidades y las radios

universitarias del territorio español para la formación, capacitación y actualización de recursos humanos, así como para el diseño, creación, producción, evaluación e investigación de contenidos culturales y educativos.

- Potenciar el desarrollo de la coproducción, de programas educativos y formativos, culturales, artísticos, científicos, tecnológicos, de salud, deporte, medio ambiente, bienestar social, sin perjuicio de las iniciativas particulares que cada socio pueda proponer a la Asociación, incluyendo la utilización de nuevos desarrollos, metodologías y tecnologías en las modalidades de la enseñanza y el aprendizaje, así como de la divulgación del conocimiento.
- Apoyar la investigación y la experimentación de los asociados en el campo de la educación, la ciencia, la cultura, la formación, los medios audiovisuales y las tecnologías de la información y de la comunicación.
- Contribuir a la formación de recursos humanos de las radios universitarias, mediante la organización de talleres, seminarios, laboratorios y cursos. (ARU, 2011)

Hoy en día, cuenta con 27 emisoras de radio universitarias en sus filas. Las universidades que las componen son las siguientes:





Listado de Universidades dentro de la ARU. Fuente: Elaboración propia

Dejando a un lado la Asociación de Radios Universitarias, habría que ampliar hasta en tres emisoras más el número total en España: la Universidad de Valladolid, la Universidad de La Coruña y la Universidad de La Rioja ya han implantado en sus edificios diferentes estudios de radio. Lo cual refleja el continuo crecimiento que están experimentando año tras año las radios universitarias.

Todas ellas cuentan con la principal característica de la diversidad pero Fidalgo (2009) expone seis tipos de radios universitarias que agrupa en tres modelos:

1. Gestionadas por alumnos pero apoyadas por la universidad.
2. Con dependencia directa del rectorado (UNED)
3. Promovidas desde asociaciones estudiantiles.

En el primero de los casos, se pueden ver en Universidades donde no se estudia nada relacionado con la comunicación (UniRadio). En otros, están gestionadas por profesores

(InfoRadio) y alumnos de los grados correspondientes a este sector mientras que otras han crecido con una licencia municipal (Europea de Madrid).

Por su parte, la UNED es la cara visible del segundo modelo ya que depende directamente del rectorado. Así, estas cuentan con un presupuesto y departamento propio. Por último, el tercer modelo que son independientes al centro universitario.

### **5.5 Programación y contenidos de las radios universitarias**

Uno de los factores que distingue a las radios universitarias es su apuesta por los diferentes contenidos que no podríamos contar con ellos, casi con seguridad, en las tradicionales. Este modelo apuesta por la gran diversidad de los mismos que le otorga una característica diferente.

Según Perona, profesor de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Autónoma de Barcelona, estos sonidos “abordan la problemática de la exclusión social, que popularizan la ciencia y el conocimiento, que miman la música menos comercial e impulsan el trabajo de grupos emergentes, que aúnan cine, literatura, teatro y arte, que posibilitan el acceso y la participación de colectivos minoritarios, que fomentan los viajes culturales, etc.” Perona (2012: 43).

En su mayoría representan más espacios de los que se pueden llevar a cabo en la convencional llegando a ser de más de 20 espacios diferentes el 71% de las emisoras. A esto hay que sumar que un 43% cuenta con un número de más de 40 mientras que pasando el medio centenar hay un 30% (Perona, 2012:44).

Marta y Segura (2012:117) lleva a cabo una distribución de temáticas que le hacen formar una lista de contenidos según aparecen en las parrillas de las radios universitarias con este resultado:

- Magazines de actualidad culturales y sociales
- Programas musicales
- Información universitaria
- Deportes
- Ciencia, tecnología e informática

- Programas de salud

Perona (2012) concreta una serie de porcentajes de cara a la cantidad con los que se abordan los diferentes temas siendo los aspectos sociales el más elevado con un 64%. Muy de cerca se encuentra la investigación científica con un 54% y el cine con un 50%. Con un 35% se encuentran las nuevas tecnologías, el empleo y los emprendedores, los viajes y la literatura y los libros. Ya con un 29% la psicología y la salud. Eso sí, con un 71% se encuentra la cultura. Lo que no hay que olvidar es la información, género por excelencia de la radio.

## **6 ONDA UNIVERSITARIA - RADIO UVA**

La Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Valladolid llevó a cabo una experiencia piloto en el curso académico 2012/13 con el objetivo de la creación de una emisora de radio. Siguiendo la evolución que ha tenido la radio en los centros universitarios, la UVA comenzó a intentar sentar las bases de este proyecto gracias a las nuevas tecnologías e Internet. Hecho que iba a suponer una gran avance, en especial para los alumnos del Grado en Periodismo.

Una emisora que ha traído consigo múltiples posibilidades para los alumnos. Unas oportunidades que hace tres años estaban lejos de su alcance y que hoy se sitúan como actividad paralela a sus estudios. Trabajar con audio, desde la elaboración como la producción en directo o grabado, la realización de entrevistas, reportajes, noticias, simulación de programa completos así como todos los componentes que acompañan a una radio son algunas de las actividades que se pueden desarrollar.

En el 2013/2014 el proyecto comenzó a coger forma iniciando la actividad *online* en <http://www.fyl.uva.es/radio/>. En este portal se podía encontrar todo lo relacionado con la producción de los diferentes programas que existían por aquel momento.

## 6.1 Pero, ¿qué es Radio Uva?

Radio UVa es un proyecto destinado a toda la comunidad universitaria, abierto y participativo en el que cualquier usuario puede comenzar a formar parte de él. El nombre oficial es Radio UVa-Onda Universitaria que es la emisora radiofónica de la Universidad de Valladolid.

Esta iniciativa responde a la necesidad de proporcionar una emisora de radio de cara a la proyección de las actividades de la universidad tanto en el interior como en el exterior del centro. El objetivo a largo plazo se encuentra en que su emisión acabe siendo también a través de las ondas ya que la instalación cuenta con una antena adecuada para ello.



Entrada de la emisora. Fuente: [www.radiouva.es](http://www.radiouva.es)

Después de comenzar como experiencia piloto, la emisora comenzó a transformarse en un lugar donde los jóvenes realizan actividades radiofónicas de manera profesional. La iniciativa fue gestionada por un grupo de profesores y alumnos que comenzaron a dar forma a la radio. Pronto comenzaron a llegar jóvenes, en especial del Grado en Periodismo, dispuestos a colaborar tanto en su diseño, creación y puesta en marcha como en el día a día de la emisora.

A día de hoy, Radio UVa está compuesto por un grupo joven formado por una mezcla de alumnos y profesores. Además sirve como posibilidad de cara a desarrollar las prácticas de empresa obligatorias en los grados por lo que los alumnos pueden optar a un puesto dentro de la emisora. Otra de las intenciones que tiene la emisora de la UVa reside en incorporarse a la Asociación de Radios Universitarias.

## 6.1 La infraestructura de Radio UVa

Uno de los aspectos más complicados a la hora de realizar este proyecto estuvo a la hora de buscar una ubicación adecuada para la emisora. Lejos de contar con un escenario cualificado, Radio UVa se trasladó a un antiguo seminario dentro de la Facultad de Filosofía y Letras. Un lugar pequeño y sencillo que se comenzaba a transformar en la emisora de la Universidad de Valladolid.

Tras contar con una ubicación, poco a poco se comenzaron a introducir diferentes materiales de cara a colocar lo necesario para una emisora. Sillas, mesas, estanterías y diferentes posters donados por profesores y alumnos comenzaban a dar un nuevo aire a un seminario que empezaba a coger forma de emisora.

Poco más tarde se instaló el material informático junto a una mesa de mezclas, un par de altavoces y varios micrófonos. Así comenzaba la andadura de Radio UVa que veía como el paso del tiempo ampliaba sus materiales con una pizarra, un reloj, un teléfono y lo necesario para realizar llamadas a través de las ondas... hasta llegar a los dos ordenadores de los que se compone hoy.

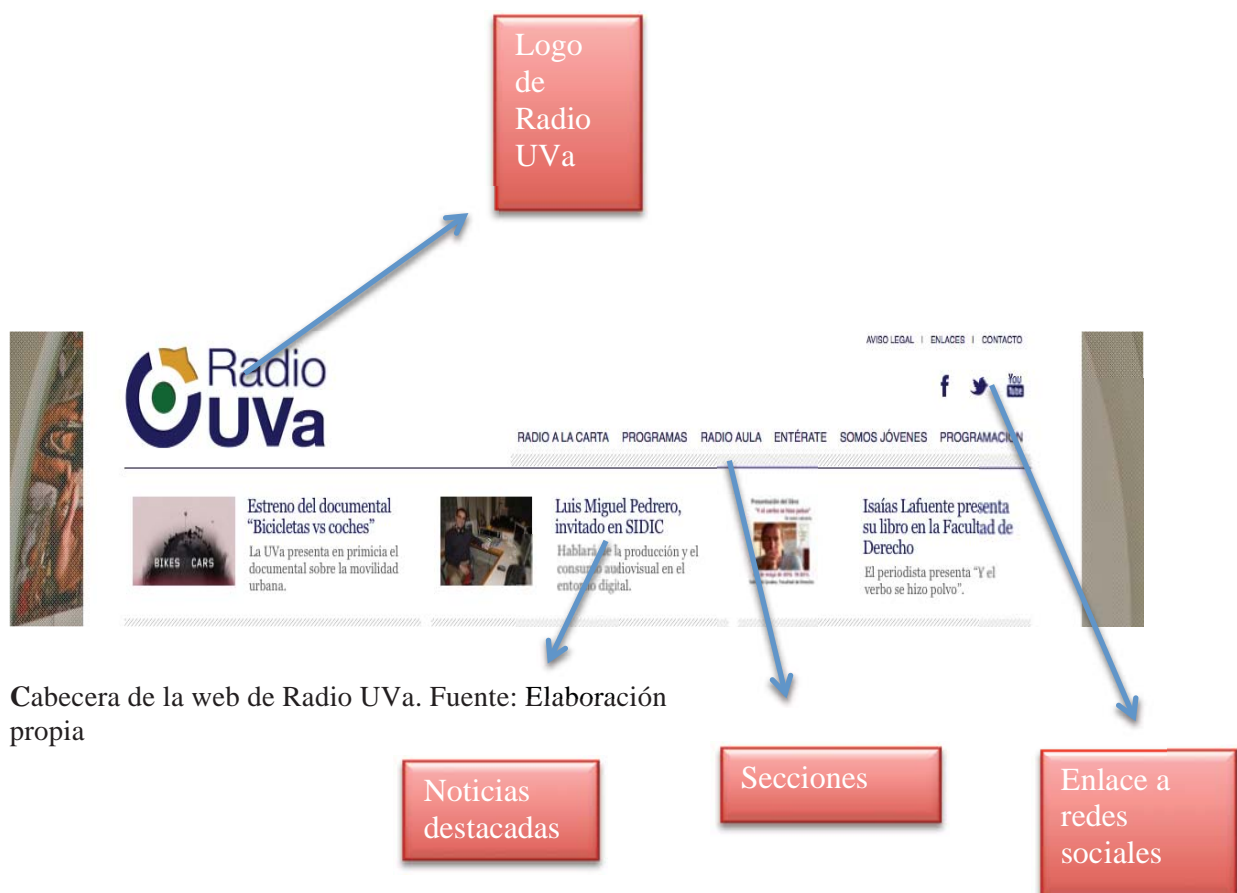
En lo que respecta a los software y programas utilizados en sus inicios, el primero en aparecer fue el reproductor Winamp junto al servido Shoucast. El primero cuenta con un ecualizador, un reproductor, una listas de canciones y un mini navegador. Por su lado, Shoutcast cuentan con las características de estabilidad y la potencia por lo que enviar su tráfico no ha de dar ningún problema. Ambos van conectados y son coexistentes.

El siguiente paso era encontrar un gestor de contenidos adecuado, sencillo y gratuito donde apareció ZaraRadio. Consiste en una aplicación gratuita encargada de automatizar las emisiones radiofónicas. Se puede decir que su especialidad es la reproducción musical pero este sistema automático te da la posibilidad de tener ordenado todos los contenidos que se quieran enviar al aire.

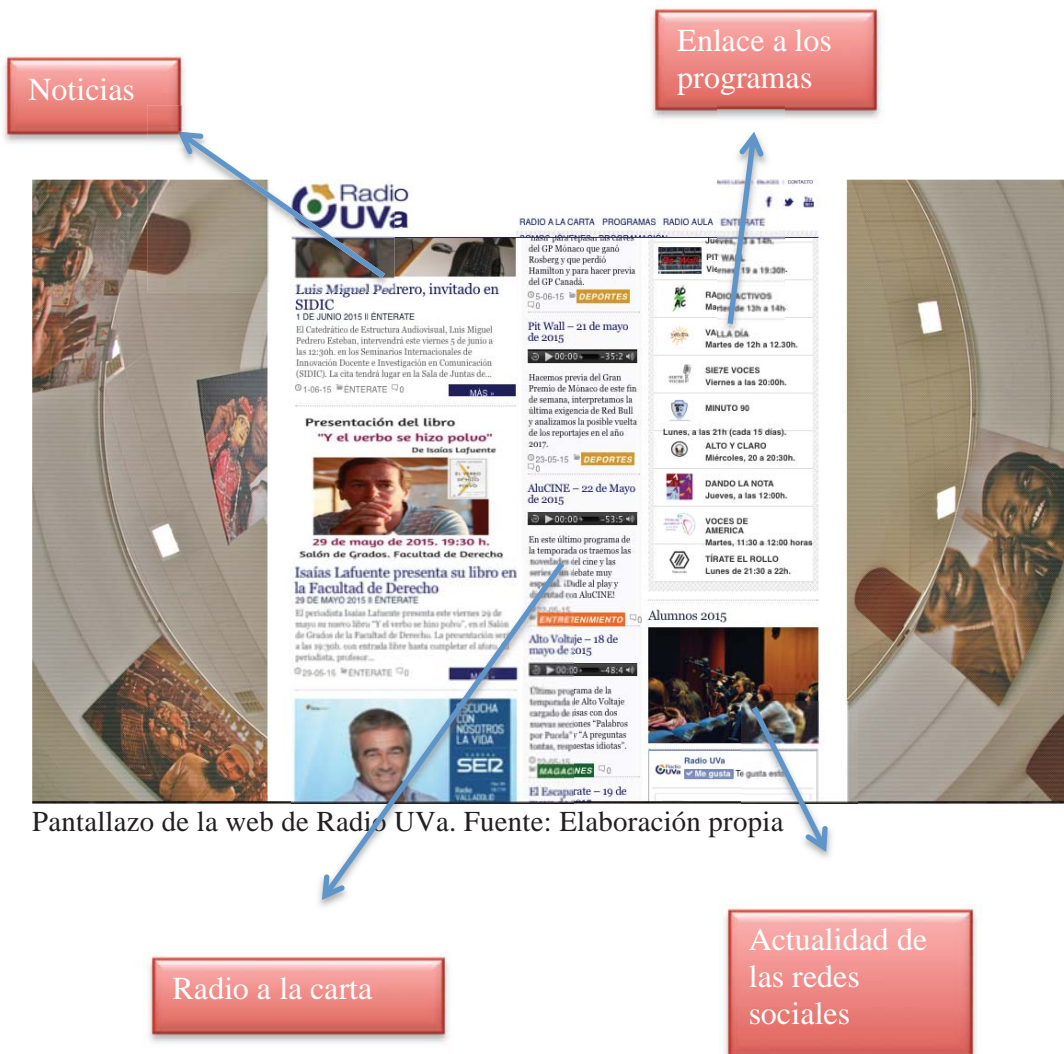
Acto seguido era turno del grabador y editor de audio. A pesar de existir multitud de posibilidades, radio UVa optó por apostar por la versión gratuita de Audacity. Programa de código abierto y multiplataforma que permite grabar y reproducir sonidos y audio en vivo, editar, importar o exportar archivos WAV, AIFF, MP2, MP3, OGG y FLAC; cortar, copiar, pegar y mezclar pistas de audio, cambiar la velocidad de las pistas, etcétera. La posibilidad de

realizar grabación en directo permite a este programa ser uno de los principales protagonistas de una emisora. Pero no solo queda ahí, ya que dispone de la funcionalidad de digitalizar diferentes sonidos pertenecientes de discos o cintas. En definitiva, se trata de un programa muy sencillo, gratuito que permite grabar, importar, exportar y editar audios sin ninguna dificultad.

Paralelamente a todos estos procesos comenzó la elaboración de un sitio web donde publicar todo lo relacionado con Radio UVa así como sus audios y contenidos. En sus inicios, la emisora contaba con el portal <http://www.fyl.uva.es/radio>. Hoy en día, toda la información sobre la emisora universitaria la podemos encontrar en [www.radiouva.es](http://www.radiouva.es)



Cabecera de la web de Radio UVa. Fuente: Elaboración propia



Pantallazo de la web de Radio UVA. Fuente: Elaboración propia

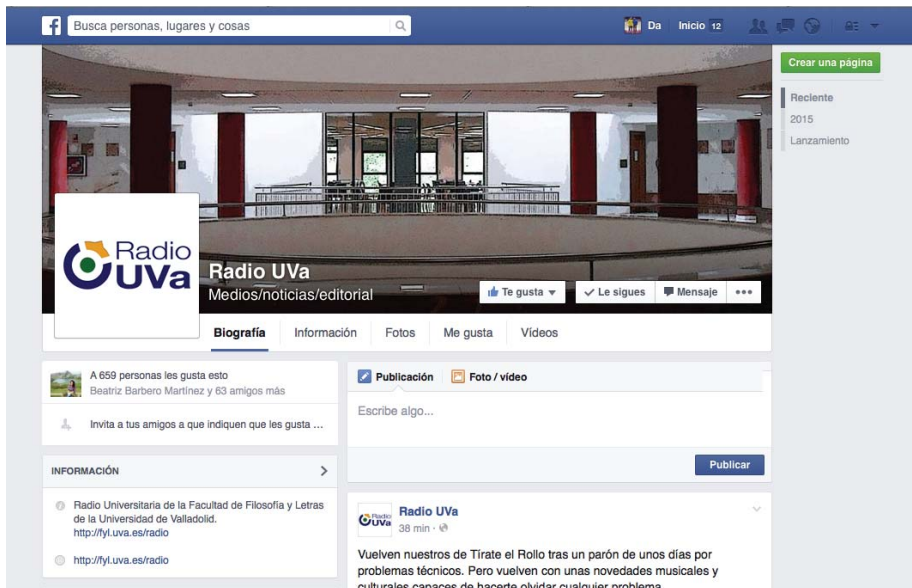
## 6.2 Las redes sociales de Radio UVA

La presencia en las redes sociales se antojan obligatorias para cualquier institución de cara a darse a conocer y su difusión. Radio UVA cuenta desde sus inicios con dos cuentas en dos de las más importantes: Facebook y Twitter.

Facebook:

La página de Facebook se puso en funcionamiento el 13 de febrero del 2014 llegando hasta los 659 “me gustas” que contiene a día de hoy. El objetivo de esta RRSS se encuentra en prolongar los contenidos de la web y que estos tenga una mayor difusión y alcance.

A esta plataforma se suben las continuas novedades con las que cuenta la emisora. Todas las actividades se prolongar a través de Facebook con enlaces directos a la web.

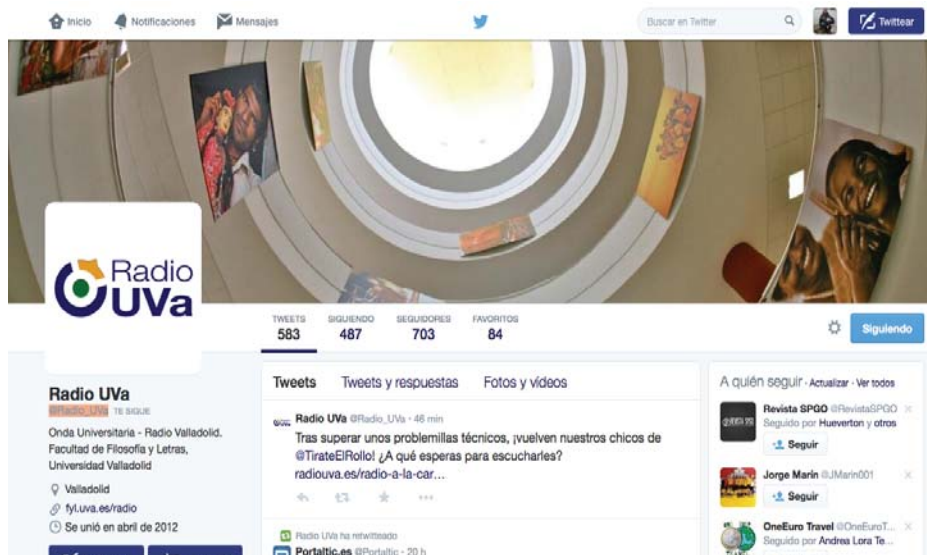


Portada de la página de Facebook de radio UVA. Fuente:Facebook de Radio UVA

Twitter:

Si el Facebook pareció en 2014, dos años antes lo hizo la cuenta de Twitter. En abril del 2012 y bajo el nombre de @Radio\_UVA, esta red social cuenta con 703 seguidores. Con la limitación que cuenta con la única posibilidad de escribir 180 caracteres, su función la cumple a la perfección gracias a su sencillez y manejabilidad. Bien es cierto que ha ido evolucionando y ahora puede ese mini texto puede ir acompañado de documentos digitales (fotos y vídeos).





Página de Twitter de Radio UVA. Fuente: @Radio\_UVa

Ambas RRSS son actualizadas diariamente difundiendo las novedades que aparecen en el día a día de la universidad. Normalmente cuenta con dos noticias diarias, pero dependiendo de la actividad este número puede variar.

### 6.3 Características de Radio UVA

Las emisoras universitarias cuentan con una serie de características comunes que se extienden a diferentes ámbitos. Radio UVA ha supuesto una gran evolución para el alumnado presente en ella, divididos por grupos de persona que conforman programas.

Cada grupo lleva a cabo el reparto de tareas necesario dentro de una emisora. Director, locutores, realizador, reporteros o community manager son algunas de las facetas más importantes dentro de cada grupo. Todas y cada una de ellas tienen su importancia de cara a que el programa se lleve a cabo con total normalidad y en perfectas condiciones.

Radio UVA cuenta con la ventaja de que esas misiones pueden ir variando. Cada uno de los alumnos que forman parte de un grupo tiene la posibilidad de experimentar las diferentes funciones a realizar en cada uno de los puestos. Por tanto, no solo se consigue un aprendizaje específico sino que tiene carácter general.

Esto provoca que el trabajo en equipo sea una de las cualidades más importantes desarrolladas en este proyecto. Cada uno de los equipos han de ser capaces de sacar adelante

un programa de radio con las tecnologías prestadas colaborando y realizando el trabajo en conjunto. Mientras unos preparan las piezas musicales, otros han de realizar reportajes, entrevistas o noticias que han de ser redactadas para que se lleve a cabo una correcta locución.

Para alguna de estas funciones los alumnos tienen que ser capaces de manejar con fluidez diferentes programas. Esto se debe a que los protagonistas tienen que tener la habilidad de trabajar con el audio. Cortar, pegar, mezclarlo con música o editar son algunas de las funciones que se tienen que llevar a cabo con las diferentes piezas obtenidas.

Hay que sumar que, para llevar a cabo un programa, la figura del realizador cobra fuerza. Por tanto, la organización que tiene que poseer el grupo es enorme por lo que otra de las actividades de gran importancia se encuentra en la escaleta. Con ella, el realizador es consciente de los momentos en los que tiene que introducir una canción, tiene que dar paso a un número de micros o poner una grabación, por ejemplo.

Unas actividades que sirven a los alumnos para realizar algo muy similar a unas prácticas de empresa. El funcionamiento de Radio UVa de cada programa se antoja parecido al que le puede tocar a cualquier periodista en una emisora fuera de la universidad. Esto obliga a los jóvenes a adaptarse de manera rápida a su puesto de trabajo y a cumplir ciertas obligaciones así como a saber resolver diferentes problemas que pueda acontecer en el transcurso de la actividad.

Junto a esto los alumnos experimentan la vida diaria en la radio. Comienzan a coger toma de contacto con los micrófonos lo que ayuda, en muchos casos, a perder la timidez y vergüenza que supone enfrentarse a ellos. Adquieren diferentes hábitos de comportamiento y técnicas a la hora de enfrentarse a esta actividad.

Poco a poco los protagonistas adquieren esa confianza necesaria lo que les hace abrir frontera en cuanto a géneros radiofónicos se refiere. La realización de noticias, reportajes, crónicas o debates dependen de la fluidez que el alumno demuestre al frente del micrófono.

A su vez, cada grupo tiene que ser consciente del periodo habilitado para llevar a cabo las diferentes actividades. Es decir, cada equipo dispone de diferentes días para tener el

programa listo. Las exigencias temporales son importantes a la hora de la planificación ya que, como ocurriría en una emisora profesional, a la hora de emisión tiene que estar todo listo y en orden para llevar a cabo la programación.

Esto supone que no todas las tareas se puedan realizar en las horas disponibles en la emisora. Lo cual hace que, en muchas ocasiones, parte del trabajo se tenga que realizar fuera de ella, ya sea en casa o en cualquier otro lugar. Ediciones de audio, grabaciones o su posterior subida a Internet son algunas de las acciones que los grupos llevan a cabo fuera de la radio. Acciones que son posible gracias a las nuevas posibilidades que ha traído tanto la Red de Redes como las nuevas tecnologías. La posibilidad actual de contar con una plataforma con conexión a Internet es relativamente sencilla lo cual hace que la sencillez llegue a la hora de realizar diferentes acciones en cualquier lugar y momento.

Pero no solo las plataformas. Internet ha desarrollado multitud de programas de carácter gratuito que cualquiera puede, no solo utilizar y manejar sino disfrutar de ellos de manera particular en su domicilio o portátil. Esto supone que con unos requisitos mínimos los grupos pueden llevar a cabo las mismas actividades en casa que en la radio.

Lo más normal es que en la emisora se lleve a cabo las actividades relacionadas con el sonido tales como la grabación. Esto es debido a que los materiales de los que se disponen son profesionales por lo que los resultados tienen una mayor calidad. Sin embargo, fuera de la emisora se suelen llevar a cabo las actividades más técnicas de cara al montaje del programa.

Unos programas cuyos contenidos son muchos más flexibles que en las profesionales. Con variedad temática, muchas de las informaciones que se llevan a cabo a través de Radio UVa no tendrían cabida en las tradicionales, más centradas en temas concretos. Onda Universitaria da voz a la comunidad universitaria de Valladolid desde un punto de vista diferente.

#### **6.4 Programación y contenido en Radio UVa.**

En su primer año de vida, Radio UVa contó con nueve programas en su parrilla. La totalidad de los grupos estaban formados por alumnos del Grado en Periodismo que optaron por ampliar sus conocimientos fuera de las aulas. Con una temática variada, La Parra,

Somosolimpicos, El Zootropo, Como lo Oyes, Balones Fuera, Alto y Claro, La Escalera y El Túnel del Tiempo se sumaban al proyecto.

Magazines, deportes, infoentretenimiento, informativos o cine eran algunas de las temáticas más presentes en la emisora. Prácticamente en su totalidad, su emisión tenía lugar cada quince días durante los cuales, los protagonistas accedían a la radio para preparar sus programas bajo la organización previa de la disponibilidad de horario.

Hoy en día, Radio UVa cuenta con la presencia de dieciséis programas divididos en el siguiente horario.

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
11:00/ 11:30					
11:30/ 12:00					
12:00/ 13:00					
13:00/ 14:00					
16:00/ 17:00					
19:00/ 20:00					
20:00/ 21:00					
21:00/ 21:30					
21:30/ 22:00					

Parrilla de programación de Radio UVa. Fuente: Elaboración propia

Cada programa, situado en una hora de la parrilla, cuenta con su contenido particular. Desde deportes hasta el cine, pasando por magazines o humor. Todos cuentan con la característica de que su emisión se realiza cada 15 días. Además, en su totalidad, la organización es llevada a cabo por cada grupo. Ellos elijen a un director, que cumple las funciones de representación en las reuniones técnicas de Radio UVa.

Por otro lado, cada grupo es libre de poner en marcha sus diferentes redes sociales. Facebook, Twitter o Instagram son los perfiles más comunes entre los miembros de la radio de la Universidad de Valladolid. Estas plataformas son coordinadas de manera personal por cada grupo utilizadas para la de difusión de las diferentes actividades y programas que se suben a la web.

Unas redes sociales que permiten una gran retroalimentación entre los programas y los usuarios. Pero no es la única forma de hacerlo ya que cada grupo cuenta con la existencia de un correo electrónico junto a la posibilidad de dejar mensajes de voz en el contestador. Dos vías directas para posibles peticiones, consejos, etcétera.

Su organización se lleva a cabo de manera individual. Cada uno cuenta con sus responsabilidades que han de estar dentro de los requisitos principales de la emisora universitaria. Normas de conducta o de emisión son algunas de las pautas que han de seguir en el transcurso de su actividad.

A su vez, y gracias a la sencillez de los software utilizados por Radio UVa, los participantes suben sus productos a la web mediante el wordprees instalado en la emisora a la vez que una ficha de entrega que cada programa está obligado a realizar donde se sitúan las diferentes etiquetas y códigos señalados, paso a paso, en el libro de usuario.

A continuación se muestran las fichas correspondientes a los programas de Radio UVA:

<b>Nombre</b>	El Escaparate	
<b>Fecha</b>	Lunes a las 11:30	
<b>RRSS</b>	Facebook	El Escaparate
	Twitter	@ElEscaparateUVa
	Instagram	
<b>Tema</b>	Informativo	
<b>Correo</b>	elescaparate@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Pit Wall	
<b>Fecha</b>	Viernes a las 21:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	
	Twitter	
	Instagram	
<b>Tema</b>	Deporte	
<b>Correo</b>	pitwall@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Alto y Claro	
<b>Fecha</b>	Miércoles a 20:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	
	Twitter	@altoyclaroradio
	Instagram	altoyclaroradio
<b>Tema</b>	Magazine	
<b>Correo</b>	altoyclaro@gmail.com	

<b>Nombre</b>	Cuatro Bulos y Una Verdad	
<b>Fecha</b>	Jueves a las 13:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Cuatro Bulos y Una Verdad
	Twitter	
	Instagram	
<b>Tema</b>	Infoentretenimiento	
<b>Correo</b>	4bulosy1verdad@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Dando la Nota	
<b>Fecha</b>	Jueves a las 12:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Dando la Nota
	Twitter	@dando_nota
	Instagram	
<b>Tema</b>	Música	
<b>Correo</b>	dandolanota@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Tras La Pantalla	
<b>Fecha</b>	Jueves a las 21:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Tras la pantalla
	Twitter	@TLPantalla
	Instagram	tlpantalla
<b>Tema</b>	Cine y series	
<b>Correo</b>	traslapantalla@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Tercer Tiempo	
<b>Fecha</b>	Lunes a las 20:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	El Tercer Tiempo
	Twitter	@T3rcer_tiempo
	Instagram	
<b>Tema</b>	Deporte	
<b>Correo</b>	3ertiempo@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Alto Voltaje	
<b>Fecha</b>	Lunes a las 16:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Alto Voltaje Radio
	Twitter	@AltoVoltajeUVa
	Instagram	altovoltajeradio
<b>Tema</b>	Entretenimiento	
<b>Correo</b>	altovoltaje@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Radio-Activos	
<b>Fecha</b>	Martes a las 13:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Radio Activos
	Twitter	@uvaradioactivos
	Instagram	Radioactivosuva
<b>Tema</b>	Infoentretenimiento	
<b>Correo</b>	radioactivos@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Tírate el Rollo	
<b>Fecha</b>	Lunes a las 21:30 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Tírate El Rollo
	Twitter	@TírateElRollo
	Instagram	Tírateelrollo
<b>Tema</b>	Universidad	
<b>Correo</b>	tirateelrollo@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Valla Día	
<b>Fecha</b>	Martes a las 12:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Valla Día
	Twitter	@vallaDíaUva
	Instagram	
<b>Tema</b>	Magazine	
<b>Correo</b>	Valladia@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Sie7e Voces	
<b>Fecha</b>	Viernes a las 20:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Sie7e Voces Radio
	Twitter	@sie73voces
	Instagram	
<b>Tema</b>	Informativo	
<b>Correo</b>	Sie7evoces@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	AluCINE	
<b>Fecha</b>	Viernes a las 11:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Alu CINE
	Twitter	@alucine_radio
	Instagram	
<b>Tema</b>	Cine	
<b>Correo</b>	alucine@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Voces de América	
<b>Fecha</b>	Martes a las 11:30 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	
	Twitter	
	Instagram	
<b>Tema</b>	Latinoamérica	
<b>Correo</b>	vda@radiouva.es	

<b>Nombre</b>	Minuto 90	
<b>Fecha</b>	Lunes a las 21:00 horas	
<b>RRSS</b>	Facebook	Minuto Noventa
	Twitter	
	Instagram	
<b>Tema</b>	Deporte	
<b>Correo</b>	Minuto90@radiouva.es	



La parrilla de programas está completada por los informativos de Radio UVa. Con el nombre de Semana a Semana, este espacio está destinado a dar toda la información referente a la Universidad de Valladolid respetando el lenguaje radiofónico, siendo claro, conciso y veraz.

A diferencia del resto de los programas que se llevan a cabo cada quince días, los informativos se pueden escuchar todas las semanas. Miércoles y jueves a las 13:00 horas es el horario elegido poder escuchar todas las novedades que nos trae la UVa.

## 7 CONCLUSIONES

En los últimos años, la aparición de Internet ha traído consigo la aparición de multitud de herramientas que ha complementado y ha provocado el crecimiento en diferentes sectores. Uno de ellos se encuentra en los medios de comunicación; más concretamente en la radio.

Los centros universitarios vieron ante sí la posibilidad de crecer en el sentido radiofónico. Las múltiples posibilidades ofrecidas por medio de Internet hicieron ver la posibilidad real de afrontar la creación de una radio *online* de una manera más que asequible. Desde la década de los 70, ya son más de treinta emisoras las que han emergido dentro de estas instituciones.

Distribuidas por toda la geografía española, estas emisoras cuentan el gran protagonismo de la Red de Redes. En su mayoría, estos proyectos radiofónicos han basado su proyecto en las ventajas obtenidas a través de Internet, que han permitido abaratar de manera notable los costes así como permitir prácticamente cualquier usuario su manejabilidad sin tener que contar con unos conocimientos profesionales.

Unas posibilidades que han llevado a diferenciar dos grandes formas de producir radio *online*: el podcast y el streaming. Dos modelos utilizados por Radio UVa para llevar a cabo sus productos radiofónicos de una manera sencilla y eficaz. Ambos, basados y realizados a través de Internet.

Todo ello gracias a los diferentes programas y software gratuitos que se pueden encontrar en la Red. Diferentes hosting, gestores de contenidos, editores de audio, etcétera, son los que la emisora de la Universidad de Valladolid utiliza en su rutina diaria. Un día a día afrontado por

los diferentes profesores y alumnos que realizan sus actividades sin apenas complicaciones gracias a la sencillez de los programas.

Dos son los grupos a los que más ha tocado la aparición de este fenómeno: los alumnos y los usuarios. Para los primeros, la aparición de las radios universitarias han supuesto un gran avance en su aprendizaje y una buena herramienta didáctica y académica.

La posibilidad de contar con una emisora en tu centro hace que los alumnos, especialmente los del Grado en Periodismo en el caso de Radio UVa, adquieran una experiencia en el medio de comunicación. En este caso, el día a día tiene bastantes similitudes con lo que un estudiante se puede encontrar fuera de la universidad en los diferentes medios de comunicación

Desenvolverse a la hora de la resolución de problemas, perder el miedo escénico a los micrófonos, la adaptación al trabajo en grupo o las exigencias temporales a la hora de tener realizado un trabajo son algunas de las facetas que los alumnos afrontan dentro de la emisora. Pero fuera de ella también; Internet permite que el trabajo se pueda realizar también en otro lugar y en cualquier momento debido a la facilidad de acceder a las diferentes herramientas rompiendo la barreras del espacio y del tiempo.

Para los usuarios también ha supuesto un gran avance. Todavía hoy tenemos en mente aquel oyente pasivo que se sentaba junto a su transistor a la espera de su programa de radio sin poder participar. Esto ha cambiado. El papel pasivo se ha sustituido por un activo en el que el usuario es uno más gracias a la gran interacción existente. Por ello, las emisoras tienen cada vez más presenta esta figura.

Una de las herramientas más conocidas en este apartado son las redes sociales. Estas plataformas permiten una relación directa con la emisora y una forma de solicitar diferentes cosas o necesidades.

Pero el avance radiofónico en el modelo *online* no solo viene con estas novedades. La aparición de diferentes portales web ha provocado que las piezas radiofónicas queden de manera permanente en la nube y vayan complementadas con imagen y texto. Esto supone que los usuarios puedan crear su propia parrilla de contenidos sin necesidad de esperar al

momento de emisión y poderlo llevar a cabo donde se quiera. Gracias a las nuevas plataformas tales como móviles, tablets, etcétera, Internet va a todos lados con nosotros lo que permite realizar este tipo de acciones en cualquier momento.

Por tanto se puede decir que las universidades se han aprovechado de la aparición de internet. Gracias a ello, muchos centros universitarios han sido capaces de implementar diferentes emisoras de radio. Esto ha permitido que el podcast y el streaming tengan cada vez mayor cabida en estos procesos y se produzca una mayor implicación.

En el caso de Radio UVa, la emisora universitaria de Valladolid lleva a cabo ambos modelos. A su vez, se ha aprovechado de los diferentes software y programas gratuitos presentes en la Red de Redes. Por otra parte, la implicación del profesorado y el alumnado permite el crecimiento anual de esta emisora donde los alumnos llevan a cabo diferentes prácticas.

Internet ha revolucionado los medios de comunicación. En especial la radio, que ha sabido adaptarse a las diferentes novedades y ofrecer un producto atractivo y diferente a su medio tradicional.

## 8 BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded Gómez, Jose Ignacio & Contreras Pulido, Paloma (2011). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. Oleiros (La Coruña): Netbiblo.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación / AIMC (2012). *RADIO: Tradicional vs Online (Radio On Off)*. Madrid. AIMC. Recuperado el 13 de abril de 2015 de <http://www.aimc.es/-La-Radio-Tradicional-vs-Online,196-.html>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación / AIMC (2015). *Audiencia de Internet en el EGM (febrero-marzo 2015)*. Recuperado 13 de abril de 2015 de: <http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>

- Barón, Jorge (mayo del 2010). Los nuevos periodistas, la influencia de la web 2.0 y la responsabilidad social. Recuperado el 13 de mayo de 2015 de: <http://es.slideshare.net/jobac/estudio-nuevos-periodistas-los-nuevos-periodistas-la-influencia-de-la-web-20-y-la-responsabilidad-social>
- Bautista, Myriam (18 de enero de 2013). “Radio universitaria: oasis en el dial”. Revista credencial. Recuperado el 19 de mayo de 2015 de: <http://www.revistacredencial.com/credencial/content/radio-universitaria-oasis-en-el-dial>
- Blanco Castilla, Elena (2007). *La utilización de la radio como herramienta didáctica. Una propuesta de aplicación. FISEC-Estrategias* (núm 6), 35-50.
- Canga Larequi, Jesús (15 de noviembre de 2002). Periodismo e internet: nuevo medio, vieja profesión. Recuperado el 9 de mayo de 2015 de: <http://www.revistacredencial.com/credencial/content/radio-universitaria-oasis-en-el-dial>
- Casajús, Lucía (2011). Radio universitaria en América Latina: Escenario y perspectivas. En, J.I. Aguaded Gómez y P. Contreras Púlido (Coor) (2011): *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. A Coruña: Netbiblo
- Cebrián Herreros, Mariano (2008). *La radio en internet*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cebrián Herreros, Mariano (2007). *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones*. Madrid: Fragua.
- Cobo Romaní, Cristobal & Pardo Kukliski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d' Interaccions Digitals & Universidad de Vic. Barcelona/México DF: Flacso México

- Cordova Pérez, Adalberto (2015). “La radio universitaria” [Mensaje de un blog]. Recuperado el 26 de mayo de 2015 de : <http://blog.udlap.mx/blog/2015/04/laradiouniversitaria/>
- Espino Narváez, Cinta & Martín Pena, Daniel (2012). *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las tic como recurso de interacción radiofónica*. Barcelona: UOC.
- Fidalgo Díez, D. (2009): Las radios universitarias en España. Transformación al mundo digital. Recuperado el 27 de abril de: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=2&rev=80.htm>
- Gallego, José (2010). Podcasting. Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros. Recuperado el 10 de junio de 2015 en: <http://eprints.ucm.es/11205/1/T32070.pdf>
- Gospelidea. “¿Cómo funciona el streaming?”. Recuperado el 6 de mayo de 2015 de: <http://secure.gospelidea.com/clients/knowledgebase/147/-iComo-funciona-el-Streaming.html>
- Jaime Núñez, Alejandro, García López, Jose Pablo & López Martínez, Ángel (2013). El consumo de la radio *online* frente a la radio convencional en España. Pérez Rufí, José Patricio (Coor): *Nuevos tiempos para la industria radiofónica en España*. Málaga: *Grupo de investigación eumed.net* (núm 3), 50-75. Recuperado el 12 de mayo de 2015 de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1312/radio-online.html>
- López Vidales, Nereida & Gómez Rubio, Leire (2014). La democratización del proceso comunicativo en radio: Los jóvenes prosumidores. OCENDI. Recuperado el 20 de abril de 2015 de [http://www.ocendi.com/descargas/nereida-leire\\_vivat\\_academia.pdf](http://www.ocendi.com/descargas/nereida-leire_vivat_academia.pdf)
- Marta, C. y Segura, A. (2012). Emisoras universitarias españolas en la Web 3.0: programación y contenidos. En C. Espino y D. Martín (Coords.), *Las radios*

universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica. Barcelona: UOC

- Martín Pena, Daniel (2013). Radios universitarias en España: plataformas de comunicación interactiva y redes de colaboración. Tesis doctoral. Universidad de Huelva, Huelva. Recuperado el 9 de mayo de 2015 en: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/7238>.
- Melgarejo Moreno, Irene & Rodríguez Rosell, María del Mar (2013). *La radio como recurso didáctico en el aula de infantil y primaria: los podcast y su naturaleza educativa*. Universidad Autónoma de Madrid: Departamento de Didáctica y Teoría de la Educación.
- Millán Tejedor, Ramón .Jesús, (2011). Podcasting,.*BIT*, (núm 184)
- Ministerio de Educación, diseño de materiales multimedia, ¿cómo funciona el streaming?, Recuperado el 1 de junio de 2015 de: <http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/107/cd/video/video0103.html>
- Ministerio de Educación. Media Radio (Historia y Evolución). Recuperado el 3 de mayo de 2015 de <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1>
- Observatorio Nacional de Telecomunicaciones / ONTSI (2014), Hogares conectados a internet, Recuperado 27 de abril de 2015 de: <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/indicador/hogares-conectados-internet>
- Novelli Osorio, Ciro Nestor y Hernando Gómez, Ángel (2011) : “*Las radios universitarias. Trayectoria histórica y panorama mundial*”. A Coruña: Netbiblo
- Ortiz Sobrino, Miguel Ángel & Martín Pena, Daniel (2014). *Las radios universitarias en América y Europa*. Madrid: Fragua.

- Ortiz Sobrino, Miguel Ángel & López Vidales, Nereida, (2011). *Radio 3.0 Una nueva radio para una nueva era: la democratización de los contenidos*. Madrid: Fragua.
- Ortiz Marín, Manuel (26 de septiembre de 2007). La radio universitaria [Mensaje de un blog]. Recuperado el 27 de mayo de 2015 de: <http://radiomex.blogspot.com.es/2007/09/la-radio-universitaria.html>
- Peña Jiménez, Palma & Pascual, Alberto (2013). Redes sociales en la radio española. Facebook, Twitter y Community Management, *Zer. Revista de estudios de comunicación*. Vol 18 (núm 35): 122-144.
- Rivera, Maria José (1993): “*El mensaje radiofónico: El uso de la radio en la escuela*”. En *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Rodero Antón (2002). “La radio en Internet: El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red”. Recuperado el 3 de abril de 2015 de: [cuarto.congresoperiodismo.com/comunicaciones/rodero\\_comunica.doc](http://cuarto.congresoperiodismo.com/comunicaciones/rodero_comunica.doc)
- Sitio oficial de la radio universitaria de la Universidad de Valladolid, Radio UVa: [www.radiouva.es](http://www.radiouva.es)
- [Solano Fernández, I & Sánchez Vera, M \(2010\). \*Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo\*. Pixel-Bit \(núm 36\)](#)
- The streaming blog, Conoce los elementos clave que componen el streaming, Recuperado el 12 de mayo de 2015 de: <http://www.flumotion.com/blog/conoce-los-elementos-clave-que-componen-el-streaming/>
- Vázquez, Marina (2012). La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat

Pompeu Fabra, Departament de Comunicació. Recuperado el 2 de mayo de:  
<http://www.tdx.cat/handle/10803/84113>