

Perfil de los colaboradores de las radios universitarias en España: el caso del alumnado del área de las ciencias de la información

Daniel Martín Pena – Universidad Extremadura – danimartinpena@gmail.com

Ana Segura Anaya – Universidad Zaragoza – asegura@unizar.es

Resumen:

A través de esta comunicación pretendemos adéntranos en la realidad de las radios universitarias españolas, una realidad relativamente reciente (hace tan sólo 40 años que comenzaba sus primeras grabaciones Radio UNED) y poco estudiado. La radio universitaria en España es muy heterogénea y diversa, esta característica queda reflejada claramente en uno de los parámetros de análisis de este fenómeno; el perfil de sus colaboradores y/o participantes. En este sentido, las emisoras españolas aglutinan un amplio abanico de posibilidades, desde emisoras que abren sus micrófonos tanto a la comunidad universitaria en su totalidad (PAS; PDI y alumnado) como al resto de la sociedad, tejiendo puentes con la misma y haciendo participes a ciudadanos anónimos y a asociaciones u ONGs. Hasta situarnos en el otro extremo, es decir, estaciones radiofónicas que sólo permiten la participación del alumnado del área de ciencias de la información, configurándose como auténticas plataformas prácticas para este tipo de estudiantes, los cuales reciben una formación adicional que se puede tornar clave a la hora de su acceso al mercado laboral, y que ha quedado patentes en muchas ocasiones, y así lo hemos recogido de entrevistas realizadas a distintos colaboradores y a responsables de las emisoras.

Palabras clave:

Radio; Universidad; España; colaboradores; prácticas; formación.

1. Radios Universitarias en España

Discurren los años 70 cuando surgen programas que vinculan ambas realidades, radio y universidad. Como señala Ortiz (2012:16) hubo profesionales de la radio que “creyeron que la universidad y los universitarios tenían mucho que decir y aportar a este medio de comunicación”. Son varias las emisoras de índole convencional que ponen en marcha programas como “Tiempo de Universidad”, “A grifo abierto” o “Las tardes de la Inter” en los que los verdaderos protagonistas son los universitarios, en este caso, alumnos de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense..

La primera emisora que consideramos como la iniciadora del movimiento de radios universitarias en España es Radio San Fernando (actual Radio Campus) de la Universidad de La Laguna, que se pone en marcha en 1987 gracias al empeño y la iniciativa de unos colegiales del Colegio Mayor San Fernando. Pero cabe mencionar que 13 años antes, en 1974 comienzan de manera regular las primeras grabaciones educativas procedentes de una institución de educación superior, la Universidad Nacional de Educación a distancia, que utiliza las frecuencias de Radio Nacional de España en sus distintos canales para llegar a todo el país, y por ende, a todo su alumnado, ya que el principal propósito de esta emisora no era otro que el apoyo a la enseñanza impartida a distancia por su cuerpo docente.

Martín-Pena afirma en varios de sus publicaciones (2013, 2014) que son 3 las etapas de desarrollo de las emisoras universitarias en España:

- *Fase 1 (aparición e inicio de las primeras experiencias)*: Esta fase la situamos hasta finales del siglo XX y está marcada por un desarrollo tardío, lento y pausado, y como hemos apuntado son muy contadas las universidades que inician sus transmisiones, algunos casos significativos son Radio Complutense, Radio Universidad de Salamanca o la 98.3 Radio, un total de ocho experiencias.
- *Fase 2 (consolidación y expansión del fenómeno)*: Este periodo abarca la primera década del siglo XXI, autentico boom del movimiento, en apenas diez años surgen más de quince estaciones, gracias a:
 - Desarrollo de las TICs.

- Plataforma de prácticas para estudios del área de las CCII.
- Acercamiento a la sociedad.
- Comienzo del trabajo cooperativo en red.
- *Fase 3 (replanteamiento y unión del fenómeno)*: Esta fase está en pleno desarrollo y viene marcada por la crisis económica que afecta a la sociedad española en general, y a la universidad en particular, es por ello que las estaciones están viviendo unos momentos complicados, y ante esta situación las emisoras han conseguido, por primera vez en sus más de 30 años de trayectoria, unirse en red, creando la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) durante la celebración del séptimo encuentro celebrado en junio de 2011 en Badajoz (Universidad de Extremadura). En estos últimos años, han surgido apenas 3 emisoras, todas ellas en universidades con estudios de comunicación, bajo el amparo y desarrollo de las TIC y en forma de plataformas hipermedias, que permiten la formación integral del alumnado de la rama de las ciencias de la información.

En la actualidad, en España son aproximadamente 30 las emisoras universitarias, tanto en FM, como en streaming o podcast, las que funcionan en nuestras universidades. De estas 30 emisoras, 23 de ellas pertenecen a la ARU. Este dato significa que en una de cada tres universidades españolas existe un proyecto radiofónico universitario.

2. Los colaboradores de las emisoras universitarias

Muchos autores (Contreras, González y Aguaded, 2014; Martín-Pena, 2013; Fidalgo 2009) que señalan como gran rasgo característico de las emisoras universitarias españolas su gran heterogeneidad. Concepto presente desde la misma puesta en marcha del proyecto radiofónico, es decir, emisoras cuyo objetivo principal es ofrecer prácticas a los alumnos de titulaciones vinculadas con el mundo de la comunicación o como lugar de investigación y experimentación de nuevos formatos o aparecen para ser altavoz de la universidad proponiendo un acceso libre de toda la comunidad universitaria e incluso para vincularla con la sociedad. En este sentido, la existencia de una radio universitaria basa la mayor parte de su éxito en la capacidad de

congregar a la comunidad universitaria y no universitaria, tanto delante de los micrófonos como detrás de ellos, es decir, no sólo como oyentes pasivos, sino como emisores activos y receptores participativos.

Vázquez (2012: 69) señala que partiendo de los modelos propios de cada emisora se puede tener una idea aproximada de la participación que tienen cada una de ellas, ya que existen estaciones con distintos propósitos, que van desde las que son un apoyo para las prácticas estudiantiles hasta las que sirven de foro de expresión de la comunidad universitaria, pasando por las que son emisoras de corte más institucional y menos abiertas, a las emisoras que funcionan como laboratorios experimentales de nuevas formas y contenidos. En el caso español, en la mayoría de estas estaciones observamos que la participación está sumamente abierta, este hecho queda patente en los reglamentos de funcionamiento de varias emisoras, que recogen que en la realización de los contenidos podrán participar un amplio y diverso elenco de personas; valga como ejemplo el caso de OndaCampus en la Universidad de Extremadura, según figura en su página web (www.ondacampus.es) estos son los colectivos que pueden hacer uso de la radio universitaria:

- Alumnos del Grado en Comunicación Audiovisual de la UEx.
- Alumnos de los cuatro campus de la Universidad de Extremadura.
- Personal de Administración y Servicios de la UEx
- Personal Docente e Investigador de la UEx.
- Grupos de Investigación de la UEx.
- Servicios o Unidades de la estructura orgánica de la UEx.
- Colectivos, grupos sociales o personas individuales que así lo deseen.

En el apartado de otros colaboradores se incluyen asociaciones, agrupaciones, ONG o colectivos sociales y/o civiles, que encuentran en las emisoras universitarias un altavoz de expresión o denuncia que no les ofrecen las estaciones convencionales, más preocupados por la consecución de objetivos de otra índole. En este sentido, como señala Vázquez (2012: 115) es habitual que las radios universitarias con un perfil más social y de servicio público abran sus micrófonos mucho más allá de las paredes del campus. No todas las radios universitarias en España se caracterizan por tener esa gran diversidad de

colaboradores, en otras universidades el abanico es un poco más restringido, pero la tónica habitual siempre es la misma, una fuerte presencia estudiantil y juvenil.

2.1. Estudiantes y jóvenes como revulsivo

En un estudio exploratorio realizado en el 2001 por Livia Van der Graaf (2001: 20-21), que analizó las características de once emisoras universitarias estudiantiles de España, Bélgica, Gran Bretaña y Francia, observo que:

“Las emisoras estudiantiles funcionan como herramientas de formación, información, de encuentro y diversión. Es importante que los estudiantes puedan aprender a hacer radio profesionalmente, que tengan un medio para expresarse y que la gente pueda escucharles. Por eso la libertad de expresión y opinión ocupa un lugar especial en la radio estudiantil, pues ser libre al dar e intercambiar sus opiniones es indispensable para una buena comprensión entre los jóvenes, y entre ellos y la sociedad en general”.

Es evidente que la juventud tiene un papel clave en el desarrollo de las radios universitarias españolas. En este sentido, Vázquez en varios estudios realizados en 2010, cifra esta presencia juvenil en un 81% (de este porcentaje el 92% pertenece a estudiantes de la propia institución), resaltando que este público es mayoritario en las emisoras con modelos estudiantiles y mixtos, y más reducido en modelos institucionalizados, en las que el grado de participación es mucho menor.

Estas emisoras, a las que no les importa involucrar de lleno a los jóvenes, rompen la etiqueta de que los estudiantes no quieren participar en la vida universitaria; cuando se ponen cauces de participación, los estudiantes responden, y hacen parte del día a día universitario.

Pero no hay que obviar lo que señala Martín-Pena (2013) que advierte que en España nos encontramos con emisoras poco profesionalizadas, con plantillas en las abundan contratos precarios, e incluso emisoras en las que se funciona a coste cero y gracias a la voluntad de sus colaboradores, la mayoría jóvenes

que se acercan al medio por completar su formación en el ámbito de las ciencias de la información o para expresar sus inquietudes.

2.2. El perfil de colaborador externo

Uno de los conceptos a los que se vincula desde hace unos años a este tipo de emisoras es el de servicio público y su carácter social. Varios autores como (Aguaded y Contreras, 2011; Aguaded y Martín-Pena, 2013 y Marta y Martín-Pena, 2014) defienden la premisa de que estas emisoras realizan labores de servicio público, otorgando la voz a los sin voz, es decir, prestando sus micrófonos a miembros que no forman parte de la comunidad universitaria, pero que tienen que aportan mucho en el debate social y que en ninguna otra emisora les ofrecen esa posibilidad. En ese apartado de otros colaboradores o de colaboradores externos a la universidad se incluyen asociaciones, agrupaciones, ONG o colectivos sociales y/o civiles, que encuentran en las emisoras universitarias un altavoz de denuncia y expresión que les es vetado en las estaciones convencionales

Para Aguaded y Contreras (2011), el modelo ideal de radio universitaria es uno en el que la radio sea generadora de conocimiento, ofrezca una transferencia social, contenga publicidad social, juegue un rol humanístico y tenga fines solidarios y cooperativos, con sentido de equipo. Como apunta Martín-Pena (2013:189) son numerosas las organizaciones sociales que necesitan la ayuda de las estaciones universitarias para difundir su actividad, y que no encuentran otro altavoz que el universitario para dar a conocer su labor.

Con estas iniciativas las radios universitarias demuestran que su apuesta por la formación de la ciudadanía, por los contenidos alternativos a las emisoras comerciales y por el fomento de la cultura científica es real.

3. El alumnado de Ciencias de la Información

Cuando hablamos del perfil de los colaboradores de las emisoras universitarias mención diferenciada merecen los estudiantes de disciplinas relacionadas con las ciencias de la información (Periodismo, comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas, e incluso, los nuevos grados que abordan

temáticas similares en un contexto digital y transmedia). En este sentido, hay que recalcar que las radios universitarias son medios que constituyen una formación complementaria ideal para el estudiante del área de las ciencias de la información, dirigida a una capacitación profesional más cercana a auténticos escenarios de trabajo. En esta misma línea, se muestra Araya (2009), quien señala que el hecho de que muchas emisoras sean utilizadas como laboratorios para aprender la disciplina del trabajo en el medio radio, es una característica muy común en la realidad de estas emisoras.

Esta función formadora se adecua a los propósitos que atribuye la Universidad la Ley Orgánica de Universidades; si entendemos los medios audiovisuales como entornos educativos, la radio universitaria, en particular, “se presenta como espacios donde los alumnos pueden experimentar aprendizajes que se suman a la formación reglada, adquirir habilidades y valores”. La participación de estos alumnos, suele ser clave en el desarrollo de proyectos de estas características, pero se hace necesario establecer mecanismos de coordinación, para que esa participación pueda ser exitosa (Álvarez y Ramírez, 2005).

En el caso concreto de España, se puede constatar que la mayoría de las emisoras se desarrollan en universidades con algún tipo de estudios relacionado con las ciencias de la información (Espino y Martín, 2012: 287-297). Así lo constatan Piñeiro y Ramos (2011: 97), que señalan el hecho de que son muchas las emisoras universitarias que surgen al amparo de las facultades de comunicación, con la intención de configurar unas prácticas lo más reales posibles para los estudiantes matriculados. En este sentido, como señalan Marta y Segura (2012: 120), la mayoría de las emisoras que cuentan con estudios relacionados con las ciencias de la información, se nutren de las prácticas realizados por sus alumnos. Una de las emisoras referentes en estos temas es la emisora de la Universidad de Navarra, la 98.3 Radio, la cual ha sido y es parte importante de los estudios relacionados con las ciencias de la información que en dicha universidad se imparten, ya que se transforma en un medio para los alumnos interesados en potenciar las destrezas prácticas necesarias para su futuro desempeño profesional. Como apunta Vázquez

(2012: 102-140), esta emisora tiene muy avanzado un modelo pedagógico mezcla de medio profesional y formador integral, siendo pionera a la hora de integrar a estudiantes en la producción de programas y en vincular las prácticas de sus alumnos con el mundo profesional.

Son muchos los autores que señalan que este tipo de emisoras constituyen la mejor herramienta práctica para este alumnado (Sauls, 1995; Desztich y McLung, 2007). Estas prácticas afianzan su confianza, su potencial, su capacidad competencial y su iniciativa, y hace que se sientan preparados para afrontar la vida laboral en la especialidad que ellos mismos han elegido (Ceballos, Lemrini, Mateos, Vázquez, Muñoz, Sanz et al, 2010). Para Parejo y Martín-Pena (2011: 136-138), estos alumnos, gracias a la existencia de una radio universitaria, han podido realizar prácticas en las diversas áreas, que entraña la producción de un espacio radiofónico: redacción, locución, presentación, realización técnica, postproducción, gestión de website... Y, al mismo tiempo, los futuros profesionales de la comunicación han ido conociendo las dificultades y la responsabilidad que entraña cada uno de los perfiles profesionales citados.

4. Resultados de la presencia de colaboradores en las emisoras de la ARU

Después de realizar la exposición de la situación actual en España, vamos a proceder a analizar en concreto la presencia de los distintos perfiles de colaboradores en las estaciones universitarias españolas, para ello hemos tomado como muestra las 24 emisoras universitarias que pertenecen a la Asociación de las Radios Universitarias de España, que significan el 80% del total de estaciones universitarias en el país. Resulta conveniente que apuntemos que en 16 de esas 24 emisoras hemos localizado estudios del área de la información y comunicación, en algunas de ellas con vinculación directa a los mismos y en otras, sin ella; con este dato corroboramos lo que hemos señalado líneas atrás, que la mayoría de emisoras surgen al amparo de estas disciplinas, y son consecuencia directa de la expansión del fenómeno en la primera parte del siglo actual.

En las estaciones analizadas hemos detectado todos los posibles perfiles que venimos señalando a lo largo de esta comunicación, tanto de dentro de la comunidad universitaria (PDI, PAS y alumnado) como de fuera de la misma, es decir, asociaciones o personas anónimas para las cuales la estación universitaria se convierte en el altavoz que les es negado en las emisoras de tinte comercial, más preocupadas por fines mercantilistas, quedando claramente demostrado el papel de servicio a la ciudadanía que ejercen las estaciones de tipo universitario. Es un hecho que en la mitad de estaciones de la ARU (doce) se permite el acceso a este tipo de perfil como productora de contenidos, convirtiendo la emisora universitaria, no sólo en fiel reflejo de la realidad que se vive en las aulas, sino también del espejo de la ciudad o sociedad que acoge esa institución de educación superior. De la otra mitad de estaciones que no cuentan con colaboradores externos, un total de ocho (67%) corresponden a emisoras de universidades que cuentan con grados relacionados con el área de la comunicación. La noticia positiva, y que demuestra el nivel de diversidad y de apertura que están adquiriendo este tipo de estaciones, es que en casi la mitad de las emisoras (46%) hemos encontrado todos los perfiles presentes en la producción de programas radiofónicos, teniendo en cuenta que cuatro de esas once emisoras no tienen el perfil de estudiantes del área de ciencias de la información porque no acogen esos estudios sus respectivas universidades.

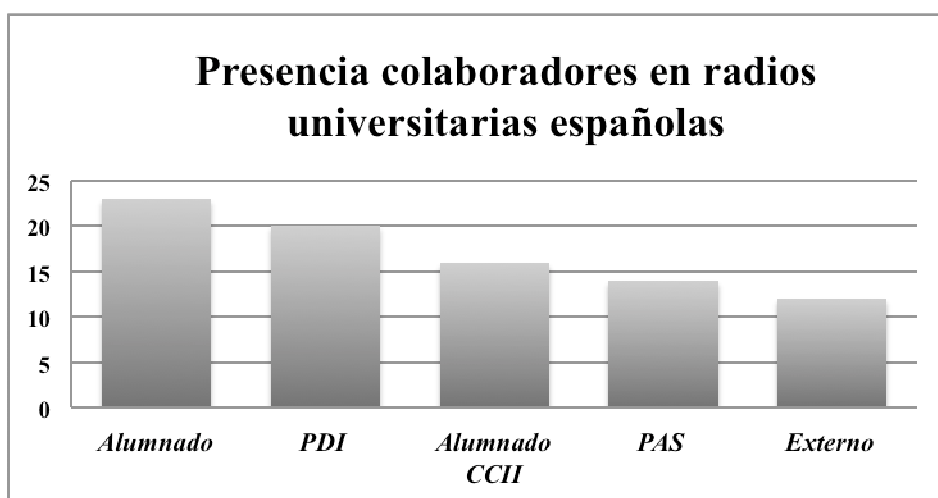


Gráfico 1 (Elaboración propia).

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

Como no podía ser de otra manera, y como la radio universitaria es representativa de la realidad de la institución educativa, el perfil de colaborador mayoritario es el alumnado (96%); de hecho en el 58% de las emisoras (catorce) son mayoría los estudiantes relacionados con las ciencias de la información, y de éstas, sólo son tres las que restringen el acceso exclusivamente a alumnos de otras áreas, e incluso a otros perfiles de colaboradores (Radio Universitat, Radio UniZar y Radio USJ, emisoras que han surgido a partir de 2011 vinculadas a los estudios). En otras nueve estaciones (38%) el perfil con mayor presencia es el alumnado de otras disciplinas, quedando el PDI como perfil mayoritario en Radio UNED (4%). PDI y PAS, por este orden, tienen una presencia mucho más reducida en el plantel de colaboradores de las estaciones universitarias españolas.

TIPO DE COLABORADORES EN EMISORAS ARU					
EMISORA	ALU. CCII	ALUMNOS	PDI	PAS	EXTERNO
Radio UNED			X		X
Radio Campus		X	X	X	X
InfoRadio UCM*	X	X	X	X	
Radio Universidad Salamanca*	X	X	X	X	X
98.3 Radio*	X	X	X	X	X
Radio Universitaria León		X	X		
Europea Radio*	X	X	X		
UPV Ràdio*	X	X	X	X	X
Vox UJI Ràdio*	X	X	X	X	X
OndaCampus Radio*	X	X	X	X	X
Radio CEU Valencia*	X	X	X		
UniRadio Huelva		X	X	X	X
UPF Ràdio*	X	X	X	X	X
Radio UMH*	X	X	X	X	
RUAH Alcalá		X	X	X	X
Radio URJC*	X	X	X	X	X
iRadio UCAM*	X	X	X		
Radio Universidad.es		X	X	X	
UniRadio Jaén		X	X	X	X
OnCEU Radio*	X	X			
Radio SIDE		X	X		
Radio.UniZar.es*	X				
Radio Universitat*	X				
Radio USJ*	X				

Otro dato a tener presente para ver la importancia que tiene este tipo de estaciones para el alumnado de ciencias de la información es el número de colaboradores con el que cuentan las distintas estaciones universitarias. En cuanto al número de colaboradores, en las diez primeras posiciones del ranking localizamos a ocho emisoras (33%) que acogen alumnos de ciencias de la información, que son arrastrados directamente desde la docencia (98.3

Radio o Radio CEU) o simplemente por el interés del estudiante de estas áreas por asegurarse una mejor formación de cara a su futuro acceso al mercado laboral. Entre esas diez emisoras que encabezan este ranking destacan las estaciones de UniRadio Huelva y Jaén, ambos con una gran participación estudiantil, y abiertas a colaboradores externos, que amplían y enriquecen sus parrillas.

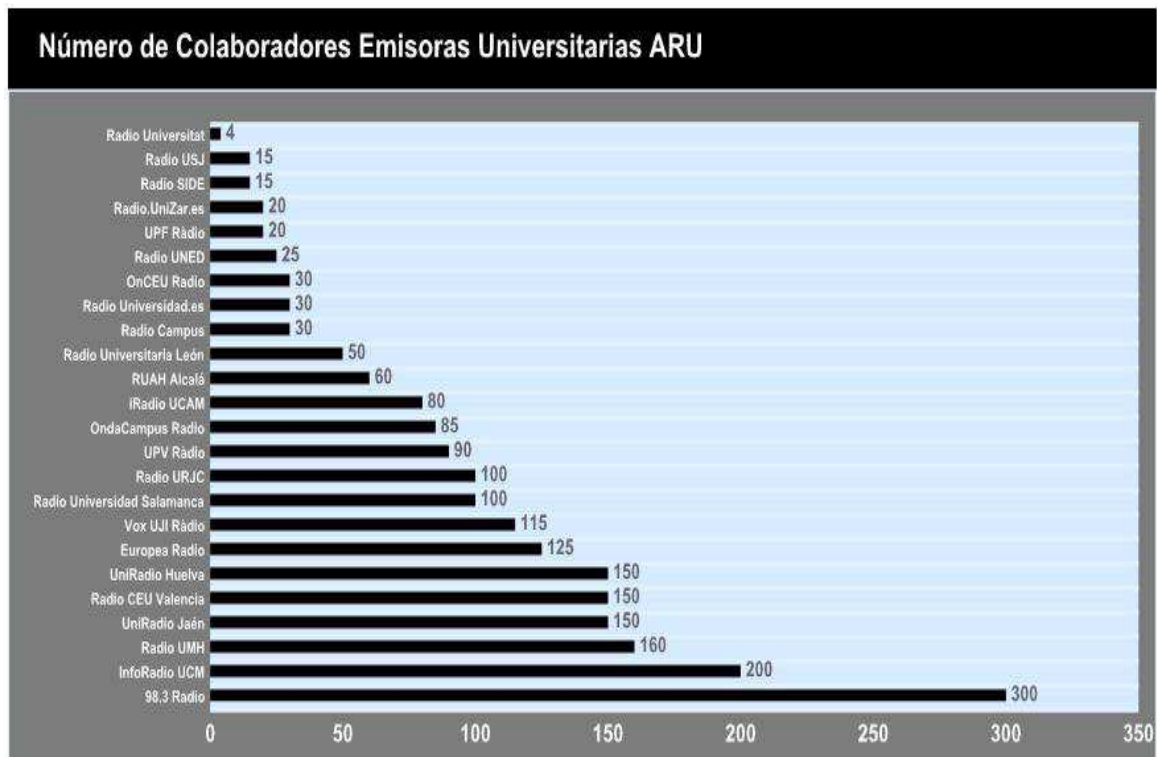


Gráfico 2 (Elaboración propia).

5. Conclusiones

La principal conclusión es que la presencia del alumnado en el día a día de las radios universitarias es claramente mayoritaria; es un hecho, como afirmaban varios autores recogidos en la contextualización de esta comunicación, que en todas las emisoras el perfil de estudiante se impone sobre PDI y PAS, ya sean estudiantes del área de ciencias de la información o de otras áreas del conocimiento, este colectivo se convierte en el gran movilizador y dinamizador de este tipo de estaciones en España. Es más, se puede afirmar que el perfil del estudiante de especialidades relacionadas con la comunicación en número es ciertamente abrumador, ya que muchos de ellos son “obligados” a pasar por

la radio universitaria a través de prácticas regladas, y otro gran tanto por ciento lo hace por propio interés para complementar la formación recogida en sus planes de estudios. Además hemos detectado que debido a la crisis que afecta a la sociedad española en general y a los medios de comunicación en particular, resulta más complicado para los egresados su incorporación al mercado laboral, por este motivo muchos de ellos deciden continuar vinculados de forma voluntaria a la emisora universitaria para seguir formándose a la espera del ingreso en el tejido empresarial.

Una noticia destacada es observar como en la mitad de las emisoras localizamos a colaboradores de perfil externo al universitario, lo que viene a corroborar el carácter social y de servicio público que impregna a estas radios y que debe constituir un valor intrínseco a las mismas, y que así es defendido por infinidad de autores que han sido mencionados a lo largo de este artículo. Sin embargo, queda trabajo por hacer en cuanto al perfil interno, que hace referencia a la comunidad universitaria, las radios universitarias tienen ganado claramente el terreno del alumnado, pero se tornan necesarias iniciativas que contribuyan a acercar la emisora a los miembros del PAS y del PDI, ya que su presencia en la actualidad, a pesar de estar representados en la mayoría de emisoras, es cuasi testimonial en número real.

La gran diversidad de perfiles que se mueven alrededor de las radios universitarias españolas delimita de forma clara una de las características principales de estas emisoras en este país, su marcada heterogeneidad. Y el hecho del gran número de futuros profesionales de los medios, alumnos cursando estudios de periodismo o comunicación, que se acercan día a día a estas emisoras, certifican claramente el valor formativo que adquieren esta tipología de emisoras para este colectivo, a la hora de adquirir las competencias necesarias para desarrollar su futuro trabajo en los medios de comunicación convencionales.

6. Referencias bibliográficas

Aguaded, J.I. y Martín-Pena, D. (2013): “Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras”, en *Revista*

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

Latinoamericana de Comunicación Chasqui, 124, páginas 63 a 70; recuperado el 2 de noviembre de 2014, de

<http://www.revistachasqui.com/index.php/chasqui/article/view/82>

Aguaded, J.I. y Contreras, P. (2011) (Coords.): *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. A Coruña: Netbiblo.

Álvarez, A. y Ramírez, A. (2005): “Los objetivos de las emisoras de radio universitarias a través de su programación”, en *actas II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*, en Universidad de Granada.

Araya, C. (2009): “Radio Estudiantil: programas, audiencias y desafíos”. *Rev. Reflexiones*, 88, páginas 37 a 44; recuperado el 10 de noviembre de 2014, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4796384>

Asuaga, C. (2007): “Gestión de las radios universitarias: definiendo la estrategia”. *Revista RE-Presentaciones*, 3, páginas 185 a 196; recuperado el 21 de octubre de 2014, de <https://ideas.repec.org/p/pramprapa/13747.html>

Ceballos, J.J., Lemrini, M., Mateos, R.M., Vázquez, M.A., Barrero, J. y Sánchez, J. (2010): “UEMCOM Radio: Refuerzo de competencias mediante streaming y podcasting”. *Revista de Docencia Universitaria*, 8 (2), páginas 45 a 72; recuperado el 11 de octubre de 2014, de

<http://abacus.universidadeuropea.es/handle/11268/2710>

Contreras, P., González-Mairena, M. y Aguaded, J.I. (2014): “Programar una radio social en la universidad: el Propósito Penélope de UniRadio”. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), páginas 112 a 130; recuperado el 25 de octubre de 2014, de

www.edmetic.es/revistaedmetic/index.php/component/content/article?id=64

Contreras, P. (2012): “La voz de los presos en la radio universitaria: puentes con la ciudadanía. La experiencia de UniRadio, Universidad de Huelva”. En VV.AA., *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (Coords., C. Espino Narváez y D. Martín-Pena).

Barcelona: Editorial UOC.

Desztich, R. y McClung, S. (2007): “Why music gets added to college radio playlist”, *Journal of Radio y Audio Media*, Victoria, v. 14, n. 2, páginas 196 a 211.

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

- Espino, C. y Martín-Pena, D. (2012) (Coords.): *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. Barcelona. Editorial UOC.
- Fidalgo Díez, D. (2009): “Las radios universitarias en España: Transformación al mundo digital”. *Telos* 80, páginas 124 a 137.
- Marta, C. y Martín-Pena, D. (2014): “Antecedentes, estado de la cuestión y prospectiva de las radios universitarias”. *Revista de Educación Mediática y TIC (EDMETIC)*, 3(1); páginas 2 a 7; recuperado el 19 de octubre de 2014, de www.edmetic.es/revistaedmetic/index.php/component/content/article?id=64
- Magaña López, S. (2003): *El modelo de radio universitaria en Estados Unidos de Norteamérica: el caso de KTCU*. Tesis de Licenciatura Ciencias de la Comunicación. Universidad de las Américas, Puebla (México); recuperado el 21 de octubre de 2014, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/magana_l_sm/indice.html
- Marta, C. y Segura, A. (2012): “Emisoras universitarias españolas en la Web 3.0: programación y contenidos”. En VV.AA., *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (Coords., C. Espino Narváez y D. Martín-Pena). Barcelona: Editorial UOC.
- Martín-Pena, D. y Aguaded, J.I. (2013): “La Asociación de Radios Universitarias como eje dinamizador de intercambios para la divulgación científica”. En VV.AA., *Más Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias*. (Coords., P. Contreras Púlido y M. Parejo Cuellar). Salamanca: Comunicación Social.
- Martín-Pena, D. (2013): *Las radios universitarias en España: plataformas interactivas y redes de colaboración*. Tesis doctoral. Universidad de Huelva. Departamento de Educación; recuperado el 2 de octubre de 2014, de <http://hdl.handle.net/10272/7238>
- Parejo, M. y Martín-Pena, D. (2011): “OndaCampus Radio: Integradora y formadora”. En VV.AA., *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. (Coords., J.I. Aguaded Gómez y P. Contreras Pulido). A Coruña: Netbiblo.

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

- Ortiz, M.A. (2012): “Presentación”. En VV.AA., *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica* (Coords., C. Espino Narváez y D. Martín-Pena). Barcelona: Editorial UOC.
- Ortiz, M.A. y Peña, P. (2010): “Radio Intercontinental -Radio Inter: 60 años de radio”. *Revista de Comunicación Vivat Academia*. Nº 113. Madrid: Universidad Complutense, páginas 1 a 10; recuperado el 23 de octubre de 2014, de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/DATOSS.htm>
- Piñeiro, M.T. y Ramos, F. (2011): “Potencialidades educativas de las webradios universitarias: Una aproximación desde la perspectiva de docentes y discentes”. *REDMARKA UIMA-Universidad de A Coruña – CIECID* (6), páginas 85 a 112; recuperado el 27 de octubre de 2014, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4126901>
- Sauls, S. J. (1995): *College Radio: 10 points of Contention from the Management Perspective*. ED410628.
- 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”, en actas *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*, Universidad de Granada.
- Van der Graaf, L. (2001): *Radios Estudiantiles Europeas: Análisis comparativo de emisoras estudiantiles en Francia, Gran Bretaña, Bélgica y España*. San José: Universidad de Amsterdam, Universidad de Costa Rica, Radio U.
- Vázquez, M. (2012): *La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra, Departament de Comunicació, recuperado el 10 de octubre de 2014, de <http://www.tdx.cat/handle/10803/84113>
- Vázquez, M. (2010): “Jóvenes y Radio Universitaria: un acercamiento a las estrategias formativas de dos países. Resultados de la encuesta; La participación juvenil en radiodifusoras universitarias de México y España”. *Actas II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC)*, Málaga.