

Las radios universitarias, ¿escaparate de la radio del futuro? Los jóvenes como creadores de contenidos radiofónicos

Dra. Nereida López Vidales-Universidad de Valladolid-

nereida.lopez@hmca.uva.es

Dra. Leire Gómez Rubio- Universidad de Valladolid-

leire.gomez@hmca.uva.es

Lic. Marta Hernando Lera- Universidad de Valladolid-

martahernandol@gmail.com

Resumen:

Los datos de audiencia manifiestan que los jóvenes con edades comprendidas entre los 14 y los 24 años son quienes menos radio consumen: según la segunda oleada del Estudio General de Medios, de abril de 2014 a marzo de 2015, este colectivo supuso el 12,1% de la audiencia total del medio (AIMC, 2015), tendencia que se mantiene sin cambios significativos con respecto a periodos anteriores. La homogeneidad en las parrillas de las diferentes emisoras, el exceso de información política y unos contenidos poco cercanos a sus gustos e inquietudes son algunas de las razones que los jóvenes han señalado como motivos para no escuchar la radio, especialmente la generalista (López Vidales y Gómez Rubio, 2014:333). Sin embargo, ¿qué papel adopta este colectivo cuando tienen la oportunidad de diseñar y crear de principio a fin su propio espacio radiofónico? ¿Sigue el modelo imperante en la radio actual o apuestan por la innovación y nuevos contenidos?

Para dar respuesta a ambas preguntas, en la presente aportación se exponen los resultados del análisis, durante el curso académico 2014/2015, de la parrilla

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

radiofónica de la emisora universitaria de la Universidad de Valladolid, Radio UVa, con una programación elaborada enteramente por los estudiantes, jóvenes de entre 19 y 22 años en su mayoría, provenientes de diversas Comunidades Autónomas del país. Entre los aspectos analizados se encuentran los géneros y formatos elegidos por estos jóvenes para sus creaciones, la temática tratada, el lenguaje utilizado y su estilo, el tono general de cada espacio, la presencia de colaboradores e invitados, el número de roles y funciones asignadas ante los micrófonos, la duración de los programas y los aspectos innovadores que introducen en cada proyecto. Se analiza, en definitiva, si sus creaciones radiofónicas difieren, en contenido y forma, de las ofrecidas por la radio generalista de hoy o si, a pesar de sus reivindicaciones, cuando son creadores de productos mediáticos se decantan por contenidos similares a los ya existentes.

Este trabajo forma parte de la investigación “La radio de los jóvenes del siglo XXI”, en la que el Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital (OCENDI) trabaja desde 2011 y del Proyecto de Innovación Docente 20/1415 financiado por la Universidad de Valladolid.

Palabras clave: radio universitaria; Radio UVa; contenidos radiofónicos; jóvenes *prosumidores*.

1. Introducción

Actualmente, la radio es el cuarto medio de comunicación en España en lo que a penetración se refiere, con un índice que, de abril de 2014 a marzo de 2015, se situó en el 60,4%. Por delante, estaban la televisión (88,5%), Internet (62,4%) y la publicidad exterior (61,7%), mientras que las revistas, diarios, suplementos y el cine registraron unos datos que oscilaron entre el 40% de las primeras y el 4% del cine. No obstante, en ese periodo de tiempo la radio desciende un puesto en lo que a su aceptación entre el público más joven se refiere, puesto que tan sólo el 12,1% de su audiencia corresponde a aquellos con edades entre los 14 y los 24 años –el dato más bajo del conjunto de la población-, frente al 21% con la que cuenta el cine o el 17,5% de Internet, pero

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

colocándose por delante de otros medios convencionales, como la televisión (11,8%), los diarios (9,4%) y los suplementos (7,8%) (AIMC, 2015).

Entre las razones que motivan esta baja preferencia de los jóvenes por la radio, algunos estudios señalan la propia oferta radiofónica, que “muestra, desde hace tiempo, un acusado carácter inmovilista que se plasma en parrillas plagadas de contenidos repetitivos bien conocidos por el público” y que provoca que el sector juvenil hable de la radio de hoy “como un medio de adultos, serio, obsoleto y con escasa innovación en contenidos” (López Vidales y Gómez Rubio, 2015:121). De hecho, si en la temporada 2002-2003 un análisis de las principales cadenas generalistas españolas ponía de manifiesto que durante más de la mitad de su emisión diaria de lunes a viernes las cadenas competían por emitir el mismo género –información, entretenimiento y deportes, despendiendo de la franja horaria- (Gutiérrez y Huertas, 2003), algo más de una década después, un nuevo análisis vuelve a poner de manifiesto la homogeneización de la oferta radiofónica en base a grandes bloques de programas, fundamentalmente informativos y de entretenimiento, con prácticamente dos únicos formatos: el servicio informativo general y el *magazine* (López Vidales y Gómez Rubio, 2015:128).

Ante este panorama, puede afirmarse que la radio muestra una escasa innovación en contenidos, manteniendo sus parrillas sin apenas cambios, en un contexto caracterizado por un notable aumento de posibilidades de creatividad, participación y nuevas formas de distribución que las nuevas tecnologías introducen continuamente desde el punto de vista técnico y también desde la óptica de la producción de contenidos. Esta situación, unida a la opinión que los jóvenes manifiestan sobre la radio actual, nos conduce a plantear cuáles serían los géneros y formatos por los que ellos optarían preferentemente si tuvieran la ocasión de diseñar, crear, realizar, programar y emitir espacios de radio, una oportunidad que es posible, por ejemplo, en las emisoras universitarias donde las ondas no sólo sirven de “instrumento de aprendizaje práctico para futuros profesionales del medio”, en el caso de estudiantes de Comunicación y Periodismo, sino de “escenario de experimentación de nuevas o recuperadas tendencias radiofónicas” (Segura Anaya, 2014:50).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

En las siguientes páginas se muestran los resultados de un estudio de caso a este respecto, el de la radio universitaria de la Universidad de Valladolid -Radio UVa- con el propósito de observar, tras el análisis de la parrilla del curso 2014/15, si realmente los jóvenes ponen en marcha nuevas iniciativas radiofónicas cuando son creadores de sus propios contenidos. La selección del sujeto de estudio se ha llevado a cabo teniendo en cuenta dos variables relevantes: una, la radio universitaria funciona como una herramienta didáctica y formativa de primer orden, por lo que representa un modelo abierto a los jóvenes estudiantes que hacen uso de ella como un auténtico banco de pruebas para sus primeras experiencias mediáticas; y dos, la radio universitaria supone un modelo más libre que el de otras emisoras de propiedad pública o privada, con lo que facilita la proposición y puesta en marcha de ideas innovadoras y más creativas por parte del público juvenil que observamos. Y es que, la radio universitaria ha de diferenciarse, sobre todo, por sus contenidos, dedicando sus espacios “a lo que normalmente no lo dedica la radio generalista: a cultura, ciencia, exclusión social, colectivos desfavorecidos, etc. (...) la radio universitaria deberá dedicarse a emitir contenidos especializados o alternativos para poder llegar al público o audiencia que el resto de medios no sean capaces de llegar” (Espino Narváez, 2014:29), sin perder de vista que estas iniciativas pueden “convertirse en un laboratorio de experimentación de nuevos formatos y géneros por parte de los estudiantes de titulaciones relacionadas con la Comunicación, tales como Periodismo, el campo Audiovisual o la Publicidad y Relaciones Públicas” (Marta Lazo y Anaya Segura, 2014:104).

2. La radio universitaria y los jóvenes del siglo XXI

Las radios universitarias se engloban dentro de aquellas emisoras “no comerciales ni de titularidad pública”, entendiéndose por ésta última la que está en manos de la Administración estatal, autonómica o local (Durán Mañes, 2011). Se trata, por lo tanto, de un modelo que convive y comparte espacio en el espectro radioeléctrico y en la Red con cadenas comerciales privadas y públicas, bien de carácter generalista o bien especializadas (temáticas), así

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

como con “las llamadas radios comunitarias o culturales, que bajo un paraguas asociativo tratan de presentar una alternativa a los medios de comunicación de masas, expandiendo sus servicios, oponiéndose al sistema y tratando de hacer aquellos que los mismos sistemas no pueden hacer” (Lewis, 1995:12, citado en Gallego Pérez, 2011:98).

La radio siempre ha ido muy unida a la educación, entre otros motivos porque “el alcance de la radiodifusión, su amplio grado de cobertura y los bajos costes que supone en relación con otros medios, la convierten en un vehículo especialmente idóneo para la transmisión de la cultura y educación” (Rivera, 1993). Con el desarrollo, en los últimos años, de la radio *online* surge el *podcast* con función educativa en el que pueden intervenir tanto los docentes como los propios alumnos; la radio añade a su ubicuidad y sencillez de uso un enorme potencial educativo representando una fuente de recursos didácticos para el aula en diferentes formatos, bien sean audio solo o con otros elementos mediáticos, y se convierte en una nueva forma de aprender y profundizar sobre cualquier tema que se trabaje (Gutiérrez y Rodríguez, 2010). Su integración en el aula puede realizarse, entre otros, desde una triple perspectiva: como herramienta didáctica complementaria, como objeto de estudio y como instrumento de expresión a disposición de los alumnos (Blanco, 2007: 35).

Pero además, hay que tener en cuenta que en la radio el oyente adopta siempre un papel activo, “desde el momento en que tiene que deducir del referente exclusivamente sonoro la significación conceptual y las características icónicas que permiten entender el sentido global del estímulo” y que aporta la ventaja intrínseca del lenguaje auditivo que facilita la comprensión de conceptos abstractos, debido al procesamiento lineal-secuencial que se realiza de la información de referencia (Rodero, 2008). Todas estas características convierten al medio en un exponente didáctico de primer orden en la formación de los jóvenes.

Entre los principales objetivos de las radios universitarias destacan los de “servir de plataforma a las prácticas de los alumnos de titulaciones vinculadas al mundo de la comunicación, a aquellas que pretenden ser un altavoz de la propia universidad e incluso vía de comunicación con la sociedad en general”

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

(Martín Pena y Segura Anaya, 2015:73); apoyar la difusión de la cultura y ofrecer “contenidos de tipo social, institucional y cultural” (Vázquez Guerrero, 2015:23); divulgar las actividades del campus y ser una vía de comunicación entre la comunidad universitaria que dé más visibilidad a sus actividades (Segura Anaya, 2014:50). Para dar respuesta a estos objetivos, entre las funciones tradicionalmente adscritas a este tipo de emisoras, tenemos:

- La difusión de contenidos vinculados con las materias de estudio para motivar, apoyar y facilitar su comprensión, aportando otros puntos de vista y una proyección social que potencie el valor de esos contenidos.
- La actualización de información sobre actividades vinculadas con la docencia y la investigación.
- La extensión universitaria con un amplio abanico de temas de interés para la sociedad en general” (Baeza Fernández y Busón Buesa, 2012: 170).

Y todo ello sin que esto signifique que “la radio universitaria deba dirigirse a un público minoritario”, para lo que estas emisoras deberán implicar en su programación a toda la sociedad para que ésta se vea representada en esa programación (Espino Narváez, 2014: 29).

2.1. Panorama actual de la radio universitaria en España

La Universidad de La Laguna (Tenerife) fue la primera¹ en poner en marcha una emisora de radio universitaria en 1987, de la mano de un grupo de alumnos del Colegio Mayor Universitario de San Fernando. A la experiencia canaria le siguieron las de Salamanca, León, A Coruña, Navarra, Complutense y Autónoma de Madrid, entre otras, siendo a partir del año 2000 cuando comienzan sus emisiones la mayor parte de las radios universitarias existentes actualmente (Fidalgo Diez, 2009). De hecho, en la primera década del tercer milenio, son cerca de treinta “las experiencias radiofónicas universitarias que están funcionando de forma más o menos regular”, lo que “significa que existe

¹ Hay autores que señalan Radio UNED como la primera experiencia radiofónica universitaria en España, puesto que “realiza las primeras transmisiones formativas radiofónicas procedentes de una institución educativa superior”. No obstante, “nos encontramos ante un caso ciertamente particular, ya que no es una estación universitaria al uso que cuente con frecuencia propia” (Martín Pena y Contreras Pulido, 2014:91).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

radio en un tanto por cierto aproximado de una de cada tres universidades españolas, ya sean públicas o privadas” (Martín Pena y Contreras Pulido, 2014: 94).

La notoria presencia de este tipo de experiencias radiofónicas contribuye a que, en noviembre de 2011, se constituya en la Universidad Complutense de Madrid la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) entre cuyos objetivos figuran: promover el desarrollo de nuevos formatos radiofónicos de contenidos culturales y educativos; contribuir al desarrollo de la educación, la cultura, la ciencia, la creación, la producción y la difusión de contenidos; y potenciar el desarrollo de la coproducción, de programas educativos y formativos, culturales, artísticos, científicos, tecnológicos, de salud, deporte, medio ambiente y bienestar social². Al margen de su pertenencia o no a la asociación, actualmente nos encontramos con las siguientes radios universitarias en España:

² Objetivos detallados por la asociación en su página web: <http://www.asociacionderadiosuniversitarias.es/objetivos.html> (consultado el 5 de junio de 2015).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Figura 1. Relación de Universidades con emisora de radio universitaria en España



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ARU y de las webs de las propias universidades

En cuanto a su actividad en la actualidad, un estudio sobre la radio universitaria en España realizado en junio de 2014 señala que más de la mitad de las emisoras analizadas poseen dos sistemas de emisión –FM e Internet-, que un 40% emite de manera exclusiva a través de la Red –de las que un 68% posibilitan la escucha tanto en *streaming* como en *podcast*-, siendo “la parrilla clásica de tipo mosaico, con programas temáticos de una hora de duración” (Marta Lazo y Segura Anaya, 2014:105-108).

Los contenidos que conforman habitualmente estas emisoras son diversos aunque pueden concentrarse, en su mayoría, en la siguiente lista temática elaborada por las profesoras Marta Lazo y Segura Anaya (2012:117):

1. Magazines de actualidad culturales y sociales

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

2. Programas musicales
3. Información universitaria
4. Deportes
5. Ciencia, tecnología e informática
6. Programas de salud

Por último, y según los datos que arroja el estudio de Perona (2012:44), los temas que más abordan los jóvenes estudiantes en sus programas son los relacionados con aspectos sociales, seguido de la investigación científica, el cine, las nuevas tecnologías, el empleo, los viajes, la literatura y los libros, con porcentajes que oscilan entre el 64% y el 29%. La oferta se completa con temas como la psicología, el sexo, la salud o el emprendimiento. En general, tal y como subraya el autor de este estudio, la “oferta cultural” alcanza el 71% del contenido programático de la mayor parte de las parrillas universitarias españolas, a lo que también hay que añadir el importante contenido informativo que presentan todas ellas a través de programas concretos y de la inclusión de píldoras o noticias en pequeños boletines a lo largo de sus emisiones diarias.

2.2. La experiencia de Radio UVa en la Universidad de Valladolid

Radio UVa se pone en marcha como proyecto piloto en la Universidad de Valladolid durante el curso académico 2011/12. Lo hace en el marco de la Facultad de Filosofía y Letras del campus de Valladolid, dentro del Grado en Periodismo –perteneciente al Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad-, y su objetivo principal es convertirse en una herramienta que permita llevar a la práctica los conocimientos teóricos impartidos en clase en la asignatura “Radio Informativa”, materia contemplada como obligatoria en el primer cuatrimestre del segundo curso del Grado.

Radio UVa nace, de este modo, dentro de categoría de radio universitaria que Fidalgo Diez (2009) clasifica como emisora gestionada por un Departamento o una Facultad en la que los alumnos pueden participar, apostando, sobre todo, por el “uso pedagógico de la radio como instrumento de prácticas de los futuros periodistas” (citado en Segura Anaya, 2014:52). El año de su arranque,

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

además, coincide con la implantación en la UVa del segundo curso correspondiente a la normativa europea EEES para Periodismo, o plan Bolonia, con lo que al reto de poner en práctica una nueva metodología docente se une, en este caso, la experiencia de poner en marcha una emisora de radio universitaria que no existía hasta entonces en esta universidad pública.

Tras el primer periodo de prueba, la emisora entra a formar parte de un Proyecto de Innovación Docente financiado por el Área de Formación e Innovación de la universidad, que permanece en desarrollo desde 2013 hasta el momento actual. A través del planteamiento constructivista de este proyecto se posibilita el trabajo colaborativo conjunto de docentes y alumnos en la configuración de un espacio de trabajo y formación, especialmente, en comunicación, que anima al trabajo en equipo mediante la actitud de compartir ideas y la libertad de no sentirse presionados por razones comerciales, institucionales, de elección de temas, expresión e incluso de forma (horarios, periodicidad, composición de grupos, etc.).

Esta emisora favorece, además, la simulación de la realidad del medio, aunque a escala relativa como todas las del modelo: “Gracias a la experiencia de Radio UVa, los alumnos no sólo pueden llevar a la práctica los conocimientos teóricos adquiridos en el aula, sino que también adquieren otras competencias –como trabajo en equipo, liderazgo de un grupo, selección de contenidos, problemas técnicos y del directo, posibilidades reales de realizar un programa etc.-, imposibles de transmitir si no es a través de la simulación de situaciones reales.” (PID-UVa, 04-2013/2014). La emisora cuenta también, desde 2014-2015, con la experiencia de “Radio AULA”, un nuevo Proyecto de Innovación Docente avalado por la Universidad de Valladolid, que se une de este modo a la radio, y donde los alumnos elaboran en *podcast* didácticos –píldoras de conocimiento- los contenidos teóricos de la asignatura de “Radio Informativa” que se publican a través de la misma *web* (PID-UVa, 20-2014/2015).

Radio UVa elabora su primera parrilla de programación en el curso 2013/2014. La emisión es exclusivamente *online*, por ahora, y todos los programas están alojados en un servidor gratuito alojado en la nube, a los que se puede acceder a través de la *web* oficial de la radio. Cada programa es autónomo y está

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

elaborado por varios alumnos que deciden unirse para presentar el proyecto al equipo que coordina y dirige la emisora. En la mayoría de los casos, estos programas se distribuyen además por *audioblogs* que administran los propios alumnos y cuyos enlaces forman parte también de la página *web* de Radio UVa.

Durante el curso 2013/14 pudieron seguirse 11 programas de forma periódica y en 2014/2015 son ya 16 los espacios que figuran en la parrilla de la radio. En el siguiente curso académico, 2015/2016, está previsto comenzar con las emisiones en directo, vía *streaming*, además de mantener la descarga de contenidos en *podcast* y la escucha *online* desde la *web*, apostando decididamente por contenidos creativos.

3. Metodología

Para nuestro estudio analizaremos los 16 programas radiofónicos que han compuesto la parrilla de Radio UVa en el curso 2014/2015, concretamente en el periodo de marzo a mayo de 2015. Estos programas han sido ejecutados por otros tantos grupos de alumnos de la Universidad de Valladolid, pertenecientes la mayoría de ellos al segundo y tercer curso del Grado en Periodismo (2013/2017), aunque también forman parte de algunos de estos proyectos radiofónicos alumnos de otras disciplinas –Lengua, Filología o Literatura, por ejemplo- y doctorandos del Programa de Doctorado en Español: Lingüística, Literatura y Comunicación (ELCom)³, así como varios licenciados en Periodismo de la promoción de 2014.

El total de la muestra de estudio, por tanto, asciende a 16 programas radiofónicos cuya escucha se ha efectuado a través de la página *web* de Radio UVa⁴ donde están alojados los *podcast* publicados en Internet de todos ellos.

³ Página *web* oficial del programa de Doctorado: <http://ellcom.blogs.uva.es/>

⁴ Página *web* oficial de la emisora universitaria Radio UVa: <http://www.radiouva.es>

La pantalla insomne - 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna - abril de 2016



Estreno del documental "Bicicletas vs coches". La UVA presenta en primera el documental sobre la movilidad urbana.

Luis Miguel Pedrero, invitado en SIDIC. Hablará de la producción y el consumo audiovisual en el entorno digital.

Isaías Lafuente presenta su libro en la Facultad de Derecho. El periodista presenta "Y el verbo se hizo póvvo".



Estás en: Radio UVA • Programación

Radio UVA se emite única y exclusivamente de forma on line. El proyecto inicia su andadura con varios programas fijos en su parrilla, todos ellos de elaboración profesional. [Ayúdanos a crecer.](#) [Ayúdanos a crecer.](#)



[AVISOUSA](#) | [ENLACES](#) | [CONTACTO](#)

RADIO A LA CARTA
PROGRAMAS
RADIO AULA
ENTÉRATE
SOMOS JÓVENES
PROGRAMACIÓN

Parrilla semanal

	LUNES	MARTES	MÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
11:00 - 11:30h					 ALUCHE
11:30 - 12:00h	 EL ESCAPARATE	 VOCES DE AMÉRICA			
12:00 - 13:00h		 VALLA DÍA		 DANCO LA NOTA	
13:00 - 14:00h		 RADIO ACTIVOS		 BULOS Y UNA VERDAD	
16:00 - 17:00h	 ALTO VOLTAJE				
19:00 - 20:00h					 RT WALL
20:00 - 20:30h	 EL TERCER TIEMPO		 ALTO Y CLARO		 SIETE VOCES
21:00 - 21:30h	 BRUTO 90			 TRAS LA PANTALLA	
21:30 - 22:00h	 TRATE EL ROLLO				

A esta programación inicial, durante el mes de octubre se sumarán los espacios realizados por los estudiantes de segundo curso de Periodismo dentro de las prácticas contempladas en la asignatura Radio Informativa. Os daremos cuenta de estos nuevos programas tan pronto como estén perfiladas las propuestas.

Además, en Radio UVA también nos interesa la actualidad internacional y compartir nuestra experiencia con la de otras universidades europeas. Para ello, contamos con una amplia red de corresponsales, gracias a nuestros compañeros que este año están de Erasmus. Ellos serán los encargados de acercarnos lo acontecido en otras partes del mundo, como por ejemplo Portugal, Italia, Francia o Polonia.

Onda Universitaria-Radio UVA es un proyecto abierto y participativo a toda la comunidad universitaria. Por este motivo, a lo largo del curso se irán sumando nuevas propuestas planteadas por los alumnos del Grado de Periodismo, así como por el profesorado de la Facultad. Si tienes algún proyecto, no dudes en contactar con nosotros.

¡Cuéntanos tu idea y forma parte de tu radio universitaria!





RADIO A LA CARTA
PROGRAMACIÓN
PROGRAMAS

A TU AIRE
ENTÉRATE
SOMOS JÓVENES

ENLACES
CONTACTO

© Universidad de Valladolid 2015. Aviso Legal

En el análisis se han seguido dos fases: una primera, en la que se han recogido los datos principales de cada espacio radiofónico relativos a su idea, estructura interna y secciones, formato y género; y una segunda, donde el aspecto central era observar el estilo, el discurso, las intervenciones de colaboradores e invitados, el empleo de la música, el tono predominante y los temas tratados. La recogida de información se ha llevado a cabo a partir de los

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

datos consignados en los respectivos proyectos de programas presentados por cada uno de los equipos para su admisión en la parrilla radiofónica, donde se encontraba todo lo relativo a la idea inicial, la duración y periodicidad del espacio, la división por tareas o rutinas de cada miembro en la grabación de los contenidos, el tema fundamental elegido, el género correspondiente, el logo y fotografía de sus miembros, secciones fijas, colaboraciones y día y horario de emisión. Todos los programas tenían como premisa que su espacio tuviera una duración media de 30 minutos y que fueran ellos mismos los encargados de producir, realizar, editar, crear los elementos musicales propios y publicar, previa compresión del audio digital y subida al servidor, en la página web de la emisora el producto final. De este modo, los grupos gestionan de forma autónoma sus propios contenidos a lo largo de todo el proceso de elaboración del programa, incluida su sindicación y publicidad en las redes sociales. Se trata de una práctica colaborativa donde el trabajo en equipo es fundamental y que supone la extensión de las clases prácticas de la asignatura “Radio Informativa”. Su objetivo básico es contribuir al afianzamiento de habilidades profesionales relacionadas con el medio radio, pero sobre todo contribuir a la mejora constante de las competencias propias de la profesión entre los alumnos que cursan estos estudios en la universidad.

En consecuencia, la metodología del estudio es fundamentalmente cualitativa – análisis de contenido y observación directa- y se lleva a cabo mediante el diseño de una ficha en la que se tienen en cuenta la forma y el contenido de los programas seleccionados como muestra, para observar si reproducen los esquemas y contenidos de programas radiofónicos ya existentes en el mercado audiovisual:

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Tabla 1: Ficha de análisis de contenido para el estudio

FICHA PARTICULAR SOBRE EL CONTENIDO DEL PROGRAMA Y LA WEB	
Estructura interna	Duración
	Presentación
	Sumario
	Curiosidades
	Secciones
	Colaboradores
	Invitados
	Elementos musicales
	Lenguaje
	Expresiones
	Ritmo
	Guión
Temas relevantes	Carácter fundamental del tema principal
	Otros temas tratados
	Publicidad/autopromoción
Objetivo del programa	Informar, formar o entretener
	Destinatario (<i>target</i> o público objetivo)
Estructura externa y función	Formato (ver hibridación)
	Géneros más utilizados y peso específico de cada uno de ellos
	Mecanismos para comunicarlo a la audiencia
Canales de participación	Web del programa (comentarios)
	Redes sociales
	Correo electrónico
	Teléfono
	App para móviles
Accesibilidad	Navegación
	Compatibilidad
	Visibilidad

Web del programa	Posibilidades de acceso a colectivos con discapacidad
	Site propia Presencia en la web principal de la emisora
Horario	Franja de emisión Periodicidad
	Reparto de rutinas profesionales en el equipo Dirección Planificación conjunta y resultado

Fuente: elaboración propia (PID-UVa, 20-2014/2015)

4. La programación ¿representa realmente un elemento diferenciador en las radios universitarias?

Los contenidos de las emisoras universitarias deben ser uno de los principales elementos diferenciadores de este tipo de radios con respecto al resto de cadenas. No obstante, los análisis realizados hasta ahora ponen de manifiesto que, al menos en lo que a géneros y formatos se refiere, las parrillas de estas emisoras no difieren demasiado de las grandes emisoras de la mano, fundamentalmente, del “formato minimagazine, es decir, aquel en el que se combinan diferentes subgéneros informativos (entrevistas, tertulias, entrevistas, debates, etc.) en espacios de tiempo relativamente breves”, siendo este formato “el que aglutina la mayor diversidad en cuanto a temáticas se refiere, y en él tienen especial incidencia los programas sobre aspectos sociales (exclusión, igualdad, solidaridad, derechos humano) en tanto que están presentes en el 64% de las redes” (Perona, 2012:44). En consecuencia, en las siguientes líneas, se exponen los resultados del análisis de la programación de una de las emisoras más jóvenes en sumarse al panorama de las radios universitarias en España, abordando especialmente el estudio de los géneros, formatos y temática utilizados en estos espacios.

4.1. Exposición de los resultados del análisis de Radio UVa

Radio UVa es una emisora que en 2015 emite exclusivamente por Internet, con lo que su página web –www.radiouva.es– es el único medio de acceso a la programación de los estudiantes, un acceso que se puede llevar a cabo mediante dos vías:

- programación “a la carta”, donde aparecen las actualizaciones de los programas en emisión (curso 2014/2015), y a cuyos audios podemos acceder directamente pulsando el *play* de cada pieza;
- en la columna derecha del *index* dedicada a los programas de forma resaltada para poder acceder de modo individual a la página propia de cada uno de ellos.

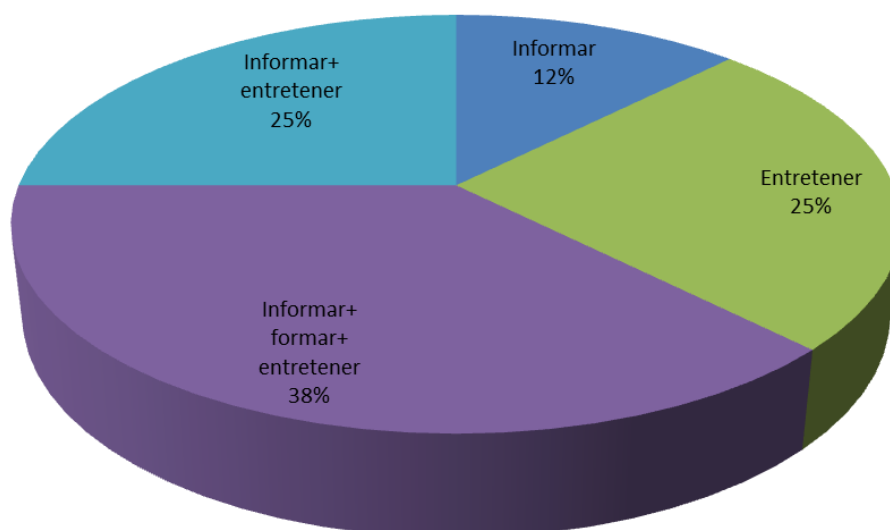
Cada audio está identificado con el nombre del programa, la fecha de emisión, un pequeño resumen de su contenido e indexado para su fácil acceso. Todos los audios albergados en Radio UVa están realizados en formato *podcast*, por lo que son de fácil audición desde cualquier sistema operativo; del mismo modo, se ofrece la opción de su descarga gratuita. Su acceso también a los programas de Radio UVa a través de la pestaña “programas” que nos llevará directamente a la relación alfabética de los mismos y desde la que se redirige al contenido del espacio y todos los audios realizados por los alumnos.

En lo que a su duración se refiere, los programas analizados oscilan entre los 30 y los 50 minutos, extensión, además, dada de antemano a los creadores de los programas. No obstante, a veces la duración de estos espacios cuenta con algunas variaciones en algunos de ellos, ya que en ocasiones nos encontramos en un mismo programa con que la duración de uno de los podcasts es de 25 minutos y otro es casi el doble. Se trata, en estos casos, de programas esporádicos previamente acordados, por alguna razón especial, con la dirección de la emisora. Podemos hablar por tanto, de programas de pequeño formato, ya que ninguno excede de los 60 minutos. Al igual que el tiempo de cada uno de los programas, también cabe destacar que su presencia en la parrilla es, por decisión de los docentes responsables de Radio UVa, quincenal.

4.1.1.- Principales objetivos, formatos y temática de los programas

Las clásicas funciones –informar, formar y entretener- tradicionalmente atribuidas a los medios de comunicación son los pilares sobre los que los alumnos de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Valladolid construyen la parrilla de Radio UVa, con un claro predominio de la información y el entretenimiento sobre la formación. De hecho, de los 16 espacios analizados, la función formativa sólo está presente de manera combinada con alguna de las otras dos. Tal y como puede verse en el gráfico 1, los programas favoritos son aquellos que apuestan por la información y el entretenimiento, mientras que la información de forma exclusiva sólo está presente en dos espacios.

Gráfico 1. Objetivos de los programas de la parrilla de Radio UVa



Fuente: Elaboración propia

De este modo, la parrilla de Radio UVa cuenta con un alto componente de *infoentretenimiento* en su programación. Se trata de un estilo que, según los propios alumnos que participan en esta experiencia radiofónica, “copian” directamente de la televisión, fundamentalmente de la mano de aquellos espacios que se sirven de la sátira y la ironía para ofrecer al espectador la actualidad del momento. En estos casos, así como en aquellos en los que además de informar y entretener también quieren formar, el formato dominante

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

es el *magazine*, entendido como programa contenedor en el que tienen cabida distintos géneros y expresiones periodísticas y comunicativas para trasladar los contenidos a la audiencia. En este sentido, nos encontramos con que más de la mitad de los programas analizados, 11 concretamente, optan por este formato, a los que se suman tres *Info-show* y un *magazine* con tintes de *Info-show*, siendo el informativo semanal el único espacio que cuenta con un formato totalmente diferente al programa contenedor por excelencia.

Esta similitud en los formatos se mantiene si nos centramos en las temáticas elegidas para cada uno de los programas, especialmente en el *magazine*, donde vemos que las preferencias se reparten, en mayor medida, entre los espacios deportivos y los de actualidad informativa –que copan la mitad de los programas-, mientras que el resto dedica su tiempo a contenidos musicales, culturales y de ocio, donde priman los relacionados con el cine y la televisión. En el caso de los *Info-show* existentes, sin embargo, la actualidad informativa no es la temática dominante: sólo uno de ellos parte de la actualidad en general, frente a los otros dos que se decantan por temas sociales, culturales, cine y televisión.

Tabla 2. Temáticas dominantes en la parrilla de Radio UVA

Temática/Forma	<i>Magazine</i>	<i>Info-show</i>	Informativo	<i>Magazine/Info-show</i>	Total
Deportes	3	0	0	0	3
Actualidad	4	1	1	1	7
Música	1	0	0		1
Cultura	1	1	0	0	2
Ocio	2	0	0	0	2
Temas sociales	0	1	0	0	1
Total	11	3	1	1	16

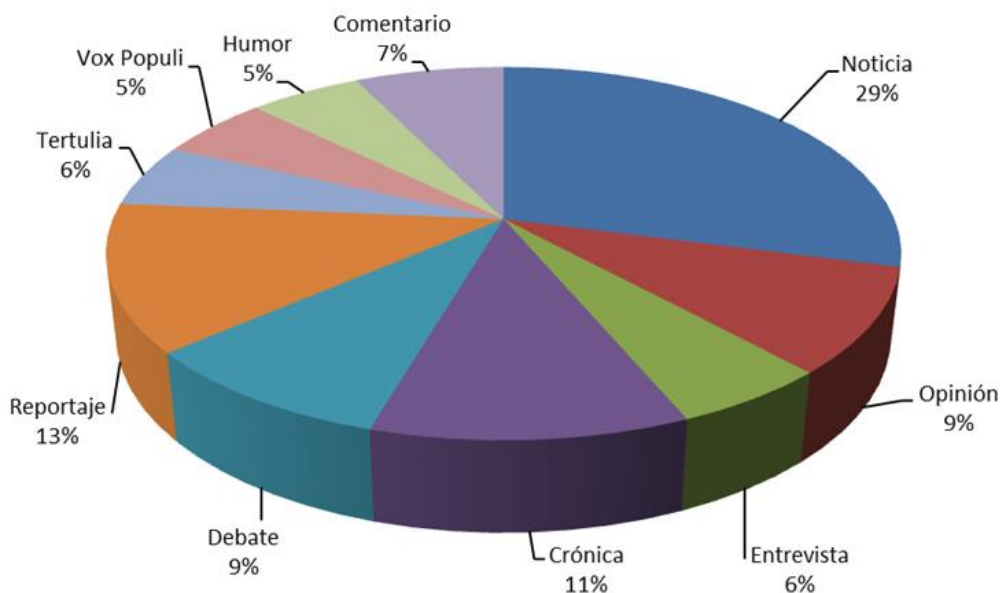
Fuente: Elaboración propia

4.1.2.- Estructura interna, géneros y estilo de los programas

La noticia es el género más empleado en la emisora vallisoletana. No en vano, el alumnado que participa en todos los programas que conforman la parrilla se decantan de forma mayoritaria por esta unidad básica de información. La duración de los programas –en torno a los treinta minutos- y las diferentes secciones en las que se divide cada uno de ellos –la mayoría estructura sus espacios en cuatro secciones- son dos de las razones que contribuyen a que este género sea el más empleado, ya que su apego a la actualidad, corta duración y escasa necesidad de postproducción contribuyen a que su realización les resulte más fácil y rápida que la de otros géneros.

A la noticia le sigue en presencia el reportaje –en un 13% de los programas- y la crónica –en el 11%- , mientras que el humor, las encuestas en la calle, la entrevista y la tertulia son los géneros menos empleados en sus espacios. En una posición intermedia se encuentran el debate, el comentario y la opinión.

Gráfico 2. Géneros usados en los programas de Radio UVa



Fuente: Elaboración propia

Estos datos ponen de manifiesto la escasa apuesta que hacen los jóvenes, por ejemplo, por el humor, cuando es, precisamente, “el carácter excesivamente serio” de la radio una de las principales críticas que realizan al medio y uno de

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

sus “géneros” preferidos cuando se les pregunta por la televisión. Del mismo modo, llama la atención que no aboguen por dar mayor presencia a la opinión ciudadana de la mano de un recurso tan económico y fácil de obtener como son las encuestas a los ciudadanos a pie de calle (*vox populi*). En estos casos, los alumnos optan de forma mayoritaria por incluir en sus espacios las opiniones que les llegan de los oyentes a través de las redes sociales –sobre todo de *Facebook* y *Twitter*, que son las redes en las que están presentes todos los programas analizados-, siendo pocas las veces que, micrófono en mano, salen a la calle para preguntar *in situ*.

Al margen del formato y de los géneros por los que se decantan para dotar de contenido a sus programas, todos se organizan de forma similar. De hecho, en los 16 programas que conforman la parrilla de Radio UVa, todos, a excepción de uno, están divididos de secciones –generalmente cuatro o cinco-, a las que dan paso y van desarrollando una vez que han hecho la presentación del espacio ante los micrófonos y han adelantado sus principales contenidos mediante un sumario o titulares. Tan sólo hay un espacio en la programación – un *magazine* cultural especialmente centrado en Latinoamérica- que tras la presentación pasa directamente a exponer sus contenidos a través de la noticia y la entrevista, que son los géneros con mayor presencia en el programa.

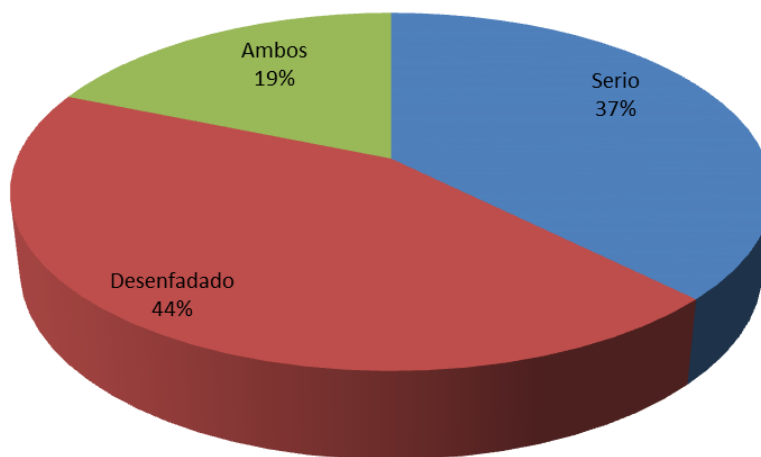
Por otro lado, nos encontramos que, aunque en todos los espacios haya una temática dominante, tal y como se recoge en la tabla 2, a lo largo de cada uno de los programas, sus conductores y demás participantes abordan contenidos de otros temas, a excepción de los espacios deportivos, que están dedicados, de principio a fin, de forma exclusiva al deporte, bien con una o varias disciplinas. Estos programas, por lo general, siguen un mismo esquema, es decir, están especializados en un deporte como la Fórmula 1 o el fútbol y luego se realiza un repaso a la actualidad del resto de la jornada deportiva. Siguen un esquema tradicional, que importan de los programas deportivos de éxito en las grandes cadenas generalistas comerciales, donde tras repasar y analizar los resultados de la jornada, promueven debates sobre los principales eventos deportivos que les ocupan. En este punto, es necesario apuntar que el deporte no sólo está presente en estos programas, puesto que algunos magazines,

sobre todo aquellos cuya temática se sustenta en la actualidad general, incluyen de forma habitual entre su variedad de contenidos una sección de deportes.

4.1.3.- Estilo y tono ante los micrófonos

En los programas analizados se produce de forma mayoritaria una alternancia de estilos formal e informal, que lleva aparejado un tono más serio o desenfadado a cada espacio. La tendencia general es la apuesta por realizar programas desenfadados. De hecho, casi la mitad de la parrilla está compuesta por espacios en este tono, mientras que un 37% opta por un estilo más formal y un 19% elige la combinación de ambos tonos, dependiendo de la sección que aborde el programa, una tendencia actualmente muy presente en los magazines de las cadenas generalistas españolas, con espacios divididos en dos partes claramente diferenciadas: una destinada a la exposición y análisis de la información del día y otra dedica al entretenimiento, y donde, además, cada parte cuenta con un presentador diferente.

Gráfico 3. Tono empleado en los programas de Radio UVa



Fuente: Elaboración propia

Ese estilo formal o informal, sin embargo, no depende tanto de la temática abordada como del carácter conferido a cada uno de los programas y/o secciones, es decir, que asuntos “serios” pueden ser tratados de forma irónica,

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

entre los que destacan todos aquellos relacionados con el ámbito educativo. No obstante, a pesar de esa preferencia mayoritaria por los programas desenfadados, los jóvenes no incluyen en sus programas espacios de humor: tan sólo tres de los programas de Radio UVA cuentan con secciones de humor como tales: se trata de dos de los *Info-show* realizados, así como del *magazines* con tintes de *Info-show*. En el resto de programas el carácter desenfadado y formal de los espacios viene de la mano del tono empleado por el conductor o conductores del espacio.

Por norma general, los programas analizados no cuentan con invitados y si lo hacen es de una manera muy esporádica. Por otra parte, cabe destacar que el trabajo realizado por los alumnos se lleva a cabo principalmente en el estudio de radio y se realizan pocas aportaciones procedentes de fuera de este espacio, es decir, los programas los realizan los alumnos, pero apenas se incluyen opiniones, entrevistas o reportajes realizados fuera del estudio y por otras personas que no sean los colaboradores habituales de cada uno de ellos.

5. Ideas para la reflexión

Tras el análisis de la parrilla de Radio UVA se concluye que los jóvenes que participan en la emisora no innovan ni en contenidos ni en forma. A pesar de ser una emisora de radio universitaria en la que, además de poner en práctica los conocimientos necesarios para introducirse en la producción radiofónica, se permite a los alumnos idear, crear y realizar un proyecto de radio de principio a fin, estos optan por trasladar a la emisora los mismos formatos actualmente existentes en las cadenas de radio generalista. Concretamente, eligen de forma mayoritaria el *magazine*, configurando dentro del mismo los contenidos en diferentes secciones pero al amparo de un tema dominante, que, generalmente, gira en torno a la actualidad, la cultura, la música, el ocio y los deportes. Esto hace que la innovación no sólo esté ausente por lo que a formatos se refiere, sino también en la temática y en los géneros escogidos por sus artífices para confeccionar los contenidos, donde la noticia, el reportaje y la crónica son los favoritos, frente a otros minoritarios como el humor, la entrevista, la tertulia y las encuestas de calle.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Teniendo todos los programas analizados como punto de partida obligatorio la actividad de la Universidad de Valladolid en sus diferentes ámbitos, cada uno de ellos completa su tiempo de emisión dando cobertura a otros ámbitos que exceden el universitario. No obstante, no se observa una apuesta por la búsqueda de temas que den voz y presencia a temas y colectivos que la encuentran en las grandes cadenas, sino que se basan en los temas de máxima actualidad y cobertura en las emisoras generalistas, reproduciendo los mismo esquemas y patrones.

En este sentido, la falta de humor en estos espacios universitarios llama especialmente la atención, puesto que cuando se les ha preguntado por la opinión que tienen de la radio actual, sus respuestas han dejado de manifiesto que consideran a ésta como un medio serio, con poca variedad temática y con contenidos alejados a sus intereses e inquietudes. Por lo tanto, aunque estos jóvenes se decantan en su mayoría por la puesta ante las ondas de programas desenfadados, la temática, las secciones y los géneros que emplean para ello son los mismos que rechazan en las grandes cadenas. Es más, ese tono informal que confieren a sus espacios viene dado por los propios presentadores y colaboradores, cuyos comentarios en torno a los temas sobre los que giran sus espacios son desenfadados, mientras que la presencia de espacios de humor propiamente dichos, como los *sketches* realizados *ex profeso* para los programas, son prácticamente nulos.

Ante esta imitación en la reproducción de contenidos y roles radiofónicos, cabe preguntarse si los jóvenes de hoy lo que buscan en las ondas no es tanto una renovación de contenidos, sino una renovación de voces protagonistas, sustituyendo a esos comunicadores “estrella” con una larga trayectoria profesional que pueblan el dial por otros con menos aval profesional pero a los que ellos ven más cercanos en intereses e inquietudes y con los que se sienten más identificados. Se trata, en definitiva, de un “lavado de cara” donde la esencia radiofónica seguiría siendo la misma de hoy.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

6. Bibliografía

A Durán Mañes (2011): “Las escasas posibilidades de la radio sin ánimo de lucro ante la Ley General Audiovisual. La incomprensible marginación de las emisoras universitarias públicas” en *Derecom*, 6. Nueva Época, Junio-Agosto; recuperado el 25 de mayo de 2015 de

<http://derecom.com/numeros/pdf/duran.pdf>

A Segura Anaya (2014): “Divulgación científica en las radios universitarias españolas” en, *Edmetic*, 3 (1), páginas 44 a 60.; recuperado el 25 de mayo de 2015 de <http://www.uco.es/revistas/index.php/edmetic/article/view/263/261>

AIMC (2015): Resumen del Estudio General de Medios (oleada abril 2014-marzo 2015). Mayo: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

C Espino Narváez (2014): “Contenido, estructura y función social en la programación de radio universitaria española”. En *edmetic*, 3 (1), páginas 26 a 43; recuperado el 25 de mayo de 2015 de

<http://www.uco.es/revistas/index.php/edmetic/article/view/262/260>

C Marta Lazo y A Segura Anaya (2014): “Despliegue de la radio universitaria española en la era de Internet”. En VV.AA., *Las radios universitarias en América y Europa* (Eds., D Martín Pena y MA Ortiz Sobrino) Fragua: Madrid

C Marta Lazo y A Segura Anaya (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* (Eds., C Espino y D Martín) Barcelona: UOC

D Fidalgo Díez (2009): “Las radios universitarias en España. Transformación al mundo digital”. En *Telos*, 80; recuperado el 26 de mayo de 2015 de

<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulodocumento.asp@idarticulo=2&rev=80.htm>

D Martín Pena y A Segura Anaya (2015): “Las radios universitarias en España: Equipos de trabajo, participación y función social”. En VV. AA., *Formación, perfil profesional y consumo de medios de los alumnos en Comunicación*.

Cuadernos Artesanos de Comunicación (CAC), 77 (Coord., F Peinado Miguel). La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 71 a 82; recuperado el 23 de marzo de 2015 de <http://www.cuadernosartesanos.org/#77>

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

- D Martín Pena y P Contreras Pulido (2014): “Las radios universitarias en España: inicios, evolución y panorama actual”. En VV.AA., *Las radios universitarias en América y Europa* (Eds., D Martín Pena y MA Ortiz Sobrino) Fragua: Madrid.
- E Blanco Castilla (2007): “La utilización de la radio como herramienta didáctica. Una propuesta de aplicación” en *FISEC-Estrategias*, 6. Bogotá (Colombia): Universidad Sergio Arboleda, páginas 35 a 50.
- E Rodero Antón (2008): “Educar a través de la radio” en, *Signo y Pensamiento*, vol. 27, 52. Universidad Pontificia: Bogotá (Colombia), páginas 97 a 109.
- H Salmerón; S Rodríguez y C Gutiérrez (2010): “Metodologías que optimizan la comunicación en entornos de aprendizaje virtual”, en *Comunicar*, nº 34, páginas 163 a 171. DOI: 10.3916/C34-2010-03-16.
- I Fernández Baeza y C Busón Buesa (2012): “Las plataformas digitales y uso de contenidos audiovisuales. La experiencia de UNED Radio, Universidad Nacional de Educación a Distancia”. En VV.AA., *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recurso de interacción radiofónica* (Eds., C Espino Narváez y D Martín Pena) Barcelona: UOC
- Jl Gallego Pérez (2011): “Alternativas e innovación en las radios universitarias españolas”. En VV.AA., *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. (Coord., Jl Aguaded y P Contreras.) La Coruña: Netbiblo, páginas 97 a 108
- JJ Perona Páez (2012): “Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha”. En VV.AA., *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recurso de interacción radiofónica* (Eds., C Espino Narváez y D Martín Pena). Barcelona: UOC páginas 37 a 52.
- M Guerrero Vázquez (2015): “Formación y vinculación académica de estudiantes en la radio universitaria de México”. En VV. AA., *Formación, perfil profesional y consumo de medios de los alumnos en Comunicación. Cuadernos Artesanos de Comunicación (CAC)*, 77 (Coord. F Peinado Miguel), La Laguna (Tenerife): Universidad de la Laguna, páginas 23 a 34; recuperado el 23 de marzo de 2015 de <http://www.cuadernosartesanos.org/#77>

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

M Gutiérrez y A Huertas (2003): “La programación de las radios generalistas en España”, en *Zer*, 15; recuperado el 3 de junio de 2015 de

<http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer15-07-gutierrez.pdf>

M Vázquez Guerrero (2015): “Formación y vinculación académica de estudiantes en la radio universitaria de México”. En VV.AA., *Formación, perfil profesional y consumo de medios de los alumnos en Comunicación*. Cuadernos Artesanos de Comunicación (CAC), 77 (Coord., F Peinado Miguel). La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 23 a 34; recuperado el 23 de

marzo de 2015 de <http://www.cuadernosartesanos.org/#77>

MJ Rivera (1993): “El mensaje radiofónico: El uso de la radio en la escuela”. En VV. AA., *La Revolución de los Medios Audiovisuales* (Coord., R Aparici).

Madrid: Ediciones de la Torre, páginas 285 a 301.

N López Vidales y L Gómez Rubio (2015): La radio generalista española, ¿pensada para los jóvenes de hoy? En *Formación, perfil profesional y consumo de medios de los alumnos en Comunicación*. En Cuadernos Artesanos de Comunicación (CAC), nº 77 (Coord., F Peinado Miguel) Sociedad Latina de Comunicación Social: La Laguna (Tenerife) páginas 119 a 131 Recuperado el 23 de marzo de 2015 de <http://www.cuadernosartesanos.org/#77>