

## **Una década de OndaCampus, la plataforma formativa de la Universidad de Extremadura**

Daniel Martín-Pena – Universidad Extremadura – [danielmartin@unex.es](mailto:danielmartin@unex.es)

Macarena Parejo Cuéllar - Universidad Extremadura – [macarenapc@unex.es](mailto:macarenapc@unex.es)

Agustín Vivas Moreno - Universidad Extremadura – [avivas@alcazaba.unex.es](mailto:avivas@alcazaba.unex.es)

**Resumen:** La radio de la Universidad de Extremadura nació a finales del año 2004, gracias a un convenio de colaboración entre la institución académica y el gobierno regional, basado en dos objetivos prioritarios. Por un lado, fortalecer el ámbito práctico de los estudios de comunicación audiovisual que se imparten en dicha universidad, de tal manera que el alumnado tuviese acceso a prácticas formativas más completas y apegadas a la realidad que demanda el actual mercado laboral. Por otro lado, el interés de la institución de enseñanza superior por proyectar en la sociedad las noticias y avances en el ámbito de la divulgación científica que surgen de sus laboratorios y aulas de investigación. Tras una década de andadura, OndaCampus se ha consolidado a nivel regional como una plataforma de comunicación formativa y de libre acceso, que ha permitido a los estudiantes complementar a la perfección sus estudios teóricos con una gran dosis de práctica real en un medio de comunicación universitario.

Las fases por la que ha discurrido la radio-tv de la Universidad de Extremadura han sido muy variadas, desde sus inicios como un taller de radio y televisión voluntario para el alumnado a una emisión online 24 horas, o las reciente puesta en marcha de apps para smartphones y su integración en la estructura comunicativa de la Universidad a través de la dependencia orgánica del Gabinete de Información y Comunicación.

A lo largo de esta comunicación vamos a abordar la trayectoria de OndaCampus desde distintos puntos de vista, centrándonos en su evolución y en el tipo de contenidos que han marcado esta trayectoria como herramienta

formativa y comunicativa, en un principio del alumnado del Grado de Comunicación, y en la actualidad, de toda la comunidad universitaria y la sociedad.

**Palabras clave:** radio; universidad; Extremadura; historia; estudiantes; formación.

## 1. Introducción al fenómeno de la radio universitaria en España en el contexto mundial

Si tomamos como referencia la radio generalista para entender este fenómeno, lo primero que ha de indicarse es que la historia del medio universitario radiofónico supone un fenómeno diferente, con sus propias particularidades tanto técnicas como históricas que determinan su presencia social más allá de las propias aulas universitarias.

En este sentido, como subraya Fidalgo (2009:124-137), uno de los matices que la hacen única, en el panorama radiodifusor de nuestro país, es que más allá de informar, este canal surge con el importante cometido de “dar a conocer a la sociedad lo que acontece en estas instituciones educativas desde el ámbito científico, institucional y social, junto con la labor de preparar a los futuros profesionales de la comunicación”.

Sin embargo, aunque a día de hoy es frecuente hablar de estos departamentos en el seno universitario, y cuentan ya con un amplio reconocimiento social, lo cierto es que concretamente a España llegó con relativo retraso. Sobre todo si se compara con la experiencia vivida en el continente americano, donde se sitúa, precisamente, el nacimiento de este medio de comunicación.

Las primeras experiencias se sitúan en el contexto americano. Por un lado, en Latinoamérica, será Argentina la que dará los primeros pasos, con la creación de Radio Universidad Nacional de La Plata en 1924 y la emisora de la Universidad del Litoral, Radio LT10, en 1931, aunque su origen se encuentra años antes, en el movimiento estudiantil universitario conocido como la Reforma de Córdoba de 1918, un movimiento social que reclamaba un cambio en las instituciones académicas en pos de una mayor extensión universitaria. Estas experiencias serían las primeras de un goteo continuo de emisoras en

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

los años siguientes: En Colombia surge la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia en 1933, en Chile inicia emisiones Radio Universidad Técnica Federico Santa María en 1937, y en México, ese mismo año, comienza a emitir Radio UNAM de la Universidad Nacional Autónoma de México (Aguaded y Martín-Pena, 2013). Estas radios fueron las pioneras, y ha de analizarse desde un contexto en el que no fueron muchas las universidades que se lanzaron a la puesta en marcha de este tipo de iniciativas, sino todo lo contrario, fue un fenómeno no muy numeroso, ya que no será hasta pasada la década de los 50 cuando se revitalice y ya en la década de los 70 cuando eclosione, no sólo en esos países, sino en todo el contexto iberoamericano. Según datos de la Red de Radios Universitaria de Latinoamérica y el Caribe (RRULAC), recogidos por la investigadora argentina Casajús (2011: 75) en América Latina son más de 300 las radios universitarias de habla hispana, a las que podemos sumar medio centenar en Brasil.

Por otro lado, más al norte, y prácticamente en paralelo, desde 1917 en Estados Unidos, desde los propios laboratorios universitarios, se viene experimentando con las primeras transmisiones radiales con el prioritario objetivo de mejorar las comunicaciones en el seno de la marina estadounidense. Universidades como la de Wisconsin, Pittsburg o Detroit se suman al fenómeno de la radio experimental que acabaría siendo el detonante de las “*Colleges Radios*”. Un fenómeno que se consolidará poco a poco en el país, gracias a sus variadas formas de desarrollo a lo largo de su trascorrir histórico (circuito cerrado, emisión en ondas, evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación), y que en la actualidad cuenta con más de 1000 experiencias según datos recogidos por Fidalgo (2009).

Por el contrario, el desarrollo de este tipo de radiodifusión en Europa se dilata mucho más en el tiempo. De hecho, nos encontramos ante un medio mucho más joven que la radio tradicional surgida a comienzos de siglo en el viejo continente; no hay que obviar que en casos como el de Argentina, la emisora de la Universidad Nacional de La Plata surge casi a la par que la primera radiodifusión sonora del país. El medio radiofónico universitario en el contexto europeo no posee más de medio siglo de historia, con países como Francia o

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

Reino Unido siendo los protagonistas de esos primeros pasos. Si nos adentramos en el caso concreto de España (Fidalgo 2009), es posible apreciar que no se empieza a consolidar hasta finales de la década de los ochenta, a pesar de experiencias particulares previas como Radio UNED, 10 años antes (Martín-Pena y Contreras, 2014: 101). Marta y Martín-Pena (2014: 2) señalan que son tres las fases de desarrollo de estas emisoras en España; una primera etapa marcada por experiencias puntuales, una segunda fase de eclosión del movimiento coincidiendo con el nuevo siglo y de la mano del desarrollo de las TIC, del acercamiento a la sociedad y del auge de las experiencias surgidas a al amparo de los estudios vinculados al área de las ciencias de la información, y una última fase, coincidiendo con el periodo actual, de cierto estancamiento determinado por la crisis que envuelve el entorno económico del país y que afecta en gran medida a las instituciones académicas.

Como avanzábamos, con la irrupción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y, sobre todo a partir del año 2000, lo cierto es que en cuanto al número de estaciones, tanto de emisión en FM como vía Internet (Streaming, Podcast, aplicaciones para Smartphones y otras formas de desarrollo), no ha dejado de aumentar. De hecho, según datos de Martín-Pena (2013: 496), hoy el panorama comunicativo está compuesto por cerca de una treintena de radios universitarias, lo que supone un 30% de las universidades españolas las que poseen este altavoz propio de difusión de su labor académica e investigadora.

En general, se tratan de medios de comunicación atípicos que han ido apareciendo con una clara vocación de servicio público y de aproximación al contexto social, acercando la realidad universitaria a la ciudadanía, tendiendo puentes entre la universidad y la sociedad (Aguaded y Contreras, 2011). De hecho, grosso modo, se puede afirmar que la idea de crear una radio universitaria en el marco universitario suele tener como objetivo, en la mayoría de los casos, “el abrir un canal de participación, donde se expresen inquietudes o se visualice el día a día de la institución, siempre extendiendo a la sociedad la cultura, la ciencia o el conocimiento general que la propia institución genera” (Martín-Pena y Espino, 2014: 26-43).

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

Es cierto que la función principal de la universidad se basa en formar profesionales así como prestar servicios pero también es su misión transferir los conocimientos generados en los laboratorios a la sociedad. Y, en esa labor de transferencia, la radio posee un incalculable valor educativo (Segura, 2014) a la hora de mostrar a la sociedad los hallazgos científicos llevados a cabo en esas instituciones, tildadas de estancas y tradicionales, pero que ahora pretenden abrirse al exterior a través de sus propias herramientas de difusión. En este sentido, como afirman Parejo y Martín-Pena (2014), la radio universitaria trabaja por difundir la I+D+i de sus respectivas instituciones, aportando a esa famosa lista de letras, una “d” de difusión, completando la estrategia de Investigación, Desarrollo e Innovación, con la Difusión, tan importante para concienciar a la sociedad de la importancia de invertir en el campo científico para el progreso social, y más en un momento como el actual en que cualquier inversión es cuestionada.

Tal es el perfil social, divulgativo y de servicio público de estas emisoras que, con el tiempo, la radio universitaria se ha ido convirtiendo en un instrumento con una clara misión pedagógica (González Conde, 2003: 11) en cuanto que, en sus parrillas radiofónicas, lo que priman no son tanto las audiencias como las temáticas y los contenidos que componen la programación, dando con ello respuesta a los cometidos que la institución docente tiene para con la sociedad. Y no sólo eso, además, a través de la radio universitaria se ofrece una herramienta de comunicación a colectivos que desean tratar temas que no tendrían cabida en el medio convencional, más preocupado por otro tipo de contenidos e intereses, y como afirma Contreras (2012) dando voz a colectivos silenciados.

Es por todo ello, una radio especializada y temática, con un enorme potencial a la hora de crear productos informativos únicos, basados en el rigor y la cercanía que le brinda ser parte integrante de la entidad educativa e investigadora de la que hablan y de la que son altavoces, la Universidad. Sobre todo en un contexto como el actual, donde las plataformas tradicionales de emisión se mezclan con los nuevos canales de difusión que permiten las TIC. No debemos perder de vista que gracias, en parte, a la red de redes, muchos

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

usuarios pueden acceder a estos otros contenidos alternativos a través de sus teléfonos móviles, sus tabletas, o cualquier otro dispositivo para empaparse de una información que no le ofrecen otros muchos medios de comunicación y esto es importante para conseguir trasladar mensajes e informaciones de índole institucional a la ciudadanía.

### **2. La radio de la Universidad de Extremadura, OndaCampus**

El origen de la radio-tv de la Universidad de Extremadura se encuentra en el proyecto de “Producción Audiovisuales” que da origen a un convenio de colaboración firmado entre el gobierno regional, la Junta de Extremadura, y institución académica. Dicho convenio estipula la realización de un programa mensual de televisión y otro quincenal de radio sobre la actualidad de la Universidad de Extremadura, su organización, funciones y actividades más destacadas, a cargo de un equipo formado por alumnos de los estudios de Comunicación Audiovisual tutelados por profesores del centro educativo y por el Vicerrectorado de Coordinación y Relaciones Institucionales de la Universidad. Según recogía el convenio, las producciones audiovisuales serían facilitadas a las cadenas regionales y locales de televisión y radio, con objeto de obtener un mayor impacto en los distintos puntos geográficos de Extremadura y funcionar como puente hacia la sociedad. El proyecto era todo un avance para la antigua Facultad de Biblioteconomía y Documentación (actualmente, Facultad de Ciencias de la Información y la Comunicación) ya que suponía para el alumnado la realización de prácticas reales en todos los sectores de la producción audiovisual: realización, producción, edición, postproducción, documentación, etc., siempre con unos criterios de calidad profesional. De tal forma que, trazando un símil con los estudios de medicina, la radio-tv universitaria constituiría para el alumnado de comunicación lo que supone para los estudiantes de medicina el hospital clínico. Los objetivos prioritarios del proyecto eran tres:

- Ofrecer una imagen positiva y veraz sobre las tareas científicas, académicas, culturales y de otro tipo que en ella se realizan.
- Dinamizar el sector audiovisual en Extremadura.

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

- Facilitar actividades prácticas de producción a un nivel profesional para los alumnos de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Extremadura, constituyendo un complemento ideal para su formación y su futuro acceso al mercado laboral.

Por otro lado, en el año 2004 se está produciendo el debate de la puesta en marcha de la radio-tv regional de Extremadura (Canal Extremadura), un entorno que precisa de actividades que dinamicen el sector audiovisual en la región y contextos favorables en los que puedan formarse adecuadamente la futura cantera de profesionales del ente audiovisual autonómico. Junto al valor formativo de estas actividades, los alumnos tomarán conciencia de su capacidad personal para encarar producciones en el momento en que abandonen la Facultad, cuestión clave para que a posteriori se dinamice este sector empresarial en la región.

### **2.1. Primera etapa (2004/2006): Taller audiovisual OndaCampus Radio y Campus Tv.**

Durante los dos primeros años no podemos referirnos a una radio al uso, ya que el proyecto funcionaba como un taller de prácticas voluntarias para el alumnado de los estudios de comunicación audiovisual de la UEx. Eran dos talleres independientes pero con sinergias, uno dedicado al medio radiofónico y otro a la televisión. En cuanto al apartado radiofónico, los estudiantes eran tutelados por un grupo de profesores y coordinados por un becario. Después de muchos ensayos, pruebas y cambios de formato, en diciembre de 2004 se grabó el programa informativo piloto, que gracias a un acuerdo logrado con una veintena de emisoras locales y municipales de Extremadura es emitido por las mismas, las cuales programan en su parrilla el espacio realizado por el alumnado del taller de radio de la UEx. En la primera temporada (2004/2005) se graban un total de 12 espacios de 30 minutos, más 5 programas especiales. El empuje y la ilusión generada con el proyecto en el seno de la propia comunidad universitaria, hace que la segunda temporada (2005-2006) se inicie con un aumento considerable de la programación, que crece sustancialmente, con la producción de dos nuevos espacios propuestos desde servicios de la



## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

propia Universidad pero realizados por el alumnado. Por un lado, el programa “Con la UEx a Europa” un proyecto concebido desde la Oficina de Convergencia Europea de la UEx que abordaba la adaptación de la Universidad de Extremadura al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Por otro lado, realizado en colaboración con la Universidad de los Mayores de la UEx comienza a producirse “La Voz de la Experiencia”, programa de contenido variado realizado por miembros de la Universidad de Mayores de Extremadura con el apoyo del alumnado de comunicación audiovisual.

Esta primera etapa arranca con la emisión del programa en diferentes medios de comunicación regionales:

- En la provincia de Badajoz: Radio Comarca de Alburquerque, Onda Oliva (Oliva de la Frontera), Radio Monesterio, Radio Zújar, Radio Montijo, Emisora Municipal de Montehermoso, Radio Villafranca de los Barros, Onda Serena Radio, Emisora Municipal de Villanueva del Fresno, Emisora Municipal de Calzadilla de los Barros, Emisora Municipal de Arroyo de San Serván.
- En la provincia de Cáceres: Onda Norte Radio, Radio Plasencia Centro. También se emite a través de las emisoras regionales: Radio Nacional de España (emisión regional) y Cadena COPE.

Lógicamente, esta posibilidad de emitir en entornos reales, el trabajo desarrollado en el aula y en esta nueva plataforma de prácticas supone una oportunidad para la institución a la vez que una importante lanzadera para los estudiantes. Y es que, de alguna manera la radio-televisión universitaria se convirtió desde su etapa primigenia, también, en un escaparate desde el que demostrar las destrezas comunicativas y como carta de presentación para acceder al mercado laboral por parte de los futuros profesionales de la comunicación. Máxime si tenemos en cuenta, como hemos avanzado, que en el momento en el que la Universidad de Extremadura ponía a punto su radio universitaria, comenzaba el arranque de la Televisión y la Radio Autónoma, y por ello, se planteaba la posibilidad de que este medio se convirtiera en plataforma regional para emitir los contenidos universitarios.



## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

### 2.2. Segunda etapa (2006/2010): Puesta en marcha y consolidación de la emisión online.

Esta segunda etapa es producto de la buena acogida del proyecto a nivel interno y externo. El inicio de la tercera temporada (2006/2007) viene determinado por la puesta en marcha del proyecto “OndaCampus Radio, tu radio universitaria por Internet”, desde julio de 2006 se venían haciendo pruebas de *streaming* que se consolidan en octubre con la inauguración oficial de la emisión ininterrumpida de la radio universitaria extremeña. OndaCampus Radio se convierte en la radio institucional de la UEx, y abre su participación a toda la comunidad universitaria (PAS, PDI o alumnos) e incluso cualquier institución o entidad. El inicio de este proyecto es un hito en el seno de la universidad, valga como ejemplo, el medio centenar de solicitudes de realización de programas por parte de docentes y estudiantes de todos los campus, más allá de los estudiantes de comunicación audiovisual que continuaban siendo mayoría.

Después de casi tres años de funcionamiento independiente, a comienzos de 2007 OndaCampus Radio y Campus Tv se integran en una nueva imagen y marca, surgiendo OndaCampus RadioTv de la UEx, que pasa a depender administrativamente de la Fundación Universidad Sociedad de la UEx, marcando claramente las intenciones del nuevo medio audiovisual universitario de acercamiento a la sociedad, a través del fortalecimiento del servicio público y la democratización de la comunicación.

La parrilla de la nueva emisora universitaria se consolidaba temporada tras temporada con espacios nuevos y con programas que ya constituían un referente en la rejilla programática, como “RadioActivos” (programa realizado con el apoyo del Instituto de la Juventud de Extremadura) o “Mujeres en Otra Onda” (espacio apoyado desde el Instituto de la Mujer de Extremadura). Además, se estrena nueva web con dominio propio ([www.ondacampus.es](http://www.ondacampus.es)). En paralelo, OndaCampus Radio sigue fortaleciendo su estrategia con las emisoras municipales a las que facilita toda su programación, convirtiéndose en productora de contenidos de calidad proyectando los temas universitarios y a

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

los futuros profesionales de la información, los alumnos del Grado de Comunicación Audiovisual.

La quinta y sexta temporada (2008-2010) están marcadas por un pequeño decrecimiento en la participación de los alumnos, en gran parte debido al Plan Bolonia y la obligatoriedad de las clases, que dejan proyectos voluntarios como el de OndaCampus en un segundo plano para los estudiantes.

### 2.3. Tercera etapa (2010/2015): Consolidación de la plataforma formativa audiovisual OndaCampus.

Este periodo se extiende desde la séptima temporada (2010/2011) hasta la actualidad. Esta etapa constituye un relanzamiento del proyecto después de la decadencia de las últimas dos temporadas. Esta fase se inicia con la puesta en marcha de una plataforma web mucho más interactiva y con un lenguaje más cercano a los nativos digitales. Se comienza a apostar firmemente por la promoción inicial con objeto de captar a mayor número de alumnado, de tal manera que cada temporada tiene un eslogan propio que constituye el “leitmotiv” sobre el que se desarrolla el resto de actuaciones.

Tabla 1: Esloganes de las últimas cinco temporadas de OndaCampus

Temporada/Año	Eslogan
Séptima temporada (2010/2011)	“Siete años, siete razones: Formación, Información, Libertad, Imaginación, Diversión, Ilusión y Sueños”
Octava temporada (2011/2012)	“Toma el control”
Novena temporada (2012/2013)	“Sólo faltas tú”
Décima temporada (2013/2014)	“Súbete al 10”
Undécima temporada	“La pieza que te falta”

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

(2014/2015)	
-------------	--

Elaboración Propia a través de datos extraídos de: [www.ondacampus.es](http://www.ondacampus.es)

La octava temporada se inicia con la participación activa de los miembros de OndaCampus en la puesta en marcha de la Asociación de Radios Universitarias de España que surge a raíz de un encuentro de radios universitarias de España celebrado en Badajoz en junio de 2010 (Martín-Pena y Aguaded, 2013), y además se pone en marcha la campaña OC9 (Operación Comprometida 9 meses), en la cual se aborda un objetivo del milenio de forma mensual, realizando micro-espacios, cuñas, promocionales y campañas de diseño, reforzando el perfil social de la emisora. Además, se comienza una estrategia de presencia de OndaCampus en los perfiles de redes sociales de *Facebook*, *Tuenti* y *Twitter*.

La novena temporada destaca nuevamente por la puesta en marcha de un proyecto radiofónico universitario, “Semillas de Ciencia”, liderado por OndaCampus y que cuenta con la financiación de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). “Semillas de Ciencia” es un programa de divulgación científica en el que participan 20 emisoras pertenecientes a la ARU, y que aglutina las líneas de excelencia en investigación de las distintas universidades, consolidando el papel de las estaciones radiofónicas en favor de la divulgación de la I+D+i de sus respectivas universidades. En paralelo, se continúa reforzando los canales interactivos, y se pone en marcha el perfil de OndaCampus en la plataforma *iVoox*, con el objetivo de extender sus contenidos en la red social de referencia en temas de audio.

La décima temporada vuelve a suponer un repunte en la producción de programas auspiciado por la promoción realizada y por la visita de personalidades mediáticas a la inauguración y cierre de la temporada (Toni Garrido y Jordi Évole) en el marco de una lista de eventos culturales, sociales y educativos bajo el nombre “Los 10 de OC”, así como por el plan de formación añadido ofrecido a los estudiantes bajo el proyecto “Una formación de 10”. Además, a lo largo de esta temporada se estrenan las aplicaciones para *Smartphones* de OndaCampus bajo los sistemas IOS y Android, lo que facilita

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

la conexión con las nuevas generaciones de jóvenes, que tienen otra forma diferente de escuchar y conectar con la radio.

La última temporada de OndaCampus (2014/2015), marca un nuevo punto de inflexión, ya que la emisora de radio y la plataforma de televisión se integran en la estrategia comunicativa institucional de la Universidad de Extremadura a través del Gabinete de Información y Comunicación, lo que supone una apuesta más allá de la formación del alumnado, que continua siendo prioritaria, pero ahora el esfuerzo de conexión con la sociedad desde la nueva posición adquiere un cariz aún más trascendental.

OndaCampus es a día de hoy una plataforma formativa e inclusiva, concebida en un primer momento como una importante herramienta docente entre los alumnos del grado en Comunicación, y como un medio con un claro compromiso social que trasciende la escena puramente universitaria.

### **3. Los datos de OndaCampus después de una década de funcionamiento**

A través de esta comunicación pretendemos indagar en el desarrollo que ha experimentado el proyecto audiovisual generado como plataforma de prácticas para el alumnado de los estudios de comunicación de la UEx hasta derivar en un medio de comunicación propio de la institución académica que transfiere a la sociedad gracias a su carácter de servicio público y valedor de la democratización de la comunicación. En este sentido, resulta conveniente analizar el perfil de los colaboradores de OndaCampus, a lo largo de esta década tanto el número de colaboradores como su perfil ha ido incrementándose considerablemente, enriqueciéndose precisamente esa faceta de servicio público que se presupone a este tipo de emisoras. OndaCampus básicamente acoge a dos tipos de colectivos, el interno (propio de la comunidad universitaria) y el externo o social:

- Internamente: alumnos de otras disciplinas académicas, personal docente e investigador, personal de administración y servicios.
- Externamente: egresados universitarios, ciudadanos independientes, organizaciones del tercer sector, ONGs y colectivos sociales.

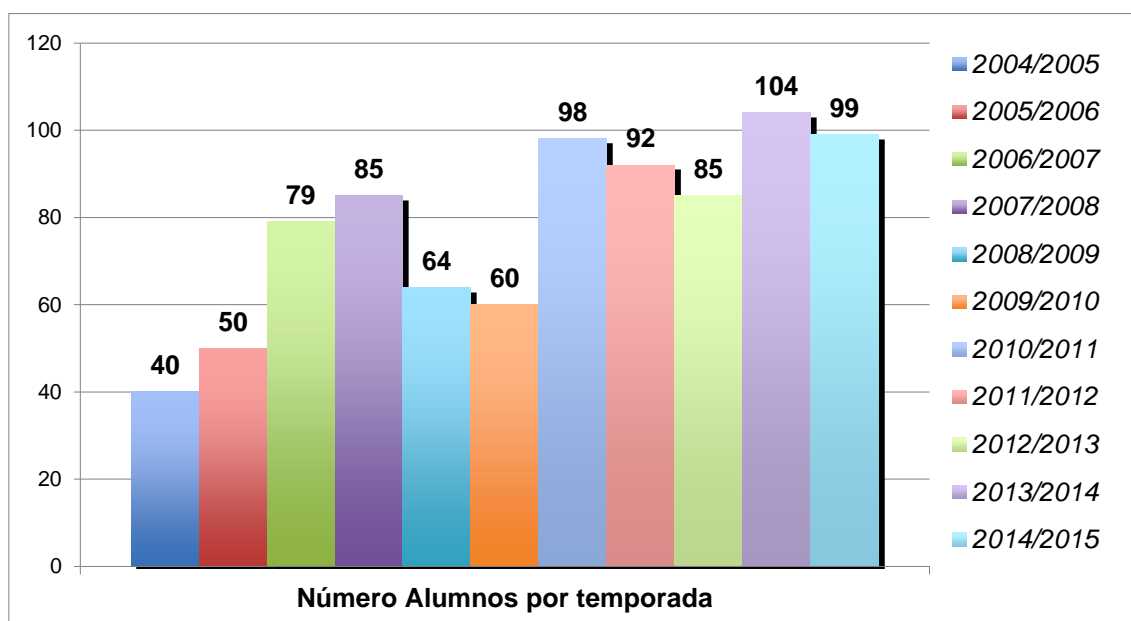
## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Una de las maneras de entender el impacto que ha tenido la puesta en marcha de la radio-tv de la Universidad de Extremadura es analizando las cifras del participación, precisamente, del alumnado de Comunicación Audiovisual, principal beneficiario del proyecto creado en el año 2004.

Como avanzábamos en apartados anteriores, el inicio de este proyecto fue como taller audiovisual con objeto de ofrecer realizar prácticas voluntarias pero reales en el marco de un entorno profesional que simulaba una productora audiovisual de contenidos de radio y tv que eran emitidos por estaciones de radio y tv municipales de la región. El alumnado de la disciplina de comunicación, que se ha volcado en participar activamente en este medio de comunicación, hace de este proyecto un lugar donde aprender a ser lo que Hurtado (2007) denomina “profesionales multitarea” y periodificadores de lo que circula en la red de redes (Martínez, 2005).

Gráfico 1: Número de Alumnos participantes en OndaCampus



Fuente: elaboración propia a través de datos extraídos de las memorias anuales de OndaCampus

Como podemos observar en el **Gráfico 1** son un total de 856 los alumnos del Grado de Comunicación Audiovisual y del Grado de Información y Documentación (antigua Biblioteconomía y Documentación) los que han participado en las 11 temporadas de OndaCampus, lo constituye una media de

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

78 alumnos por temporada. Si extrapolamos el gráfico a las etapas que hemos desgranado en el apartado 2 de esta comunicación podemos afirmar lo siguiente:

- Etapa 1 (2004/2006): Durante las dos primeras temporadas el proyecto es un taller audiovisual con unas plazas determinadas. Para la primera temporada se realizaron 4 grupos de prácticas de 10 personas que se encargaban de realizar los programas informativos y especiales. Ya en la segunda temporada fueron 5 grupos los encargados de realizar la programación, ampliando la participación por la demanda del alumnado.

- Etapa 2 (2006/2010): A lo largo de estos cuatro años quedan evidenciados (Gráfico 1) claramente dos periodos. Por un lado, las dos primeras temporadas (2006/2008) con un claro aumento de la participación del alumnado debido al comienzo de la emisión en streaming durante las 24 horas del día. En cuanto a la producción esto significa pasar de producir un programa informativo para emitir en otras emisoras a producir casi una treintena de programas para nutrir la rejilla programática de la nueva emisora por Internet. En este nuevo periodo los alumnos además de poder participar en el informativo universitario, pueden proponer libremente el programa de la temática que deseen. En este sentido, la mayoría de alumnos que han participado en el taller de radio dejan de formar parte del informativo para experimentar con nuevos espacios que van desde el cine, a la música, los deportes o temáticas aún más específicas como el carnaval o la historia. Por el contrario, el periodo comprendido entre 2008/2010 se vive una reducción en las cifras de alumnos participantes, casi un 25% menos que en las dos temporadas anteriores. El motivo de este descenso se debe buscar en un primer impacto del nuevo sistema de enseñanza universitaria, el conocido como Plan Bolonia que resta protagonismo a la extensión universitaria, espacio en el que se ubican este tipo de iniciativas como la radio universitaria que ve una fuga de alumnos, muchos de ellos saturados de prácticas docentes obligatorias que no le permiten compaginar su presencia en la emisora universitaria.

- Etapa 3 (2010/2015): Desde la dirección de la radio-tv universitaria se toman medidas para atajar el descenso en la participación, con este objetivo se ponen

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

en marcha estrategias específicas de promoción para captar a los alumnos y un acercamiento al profesorado del área de Comunicación Audiovisual para vincular parte de las prácticas docentes a la radio universitaria como sucede con asignaturas como “Comunicación Periodística” de segundo curso. Estas acciones suponen un claro repunte en el número de estudiantes, cercano al 65% alcanzando su máximo apogeo en las dos últimas temporadas. La décima superando por primera vez la centena de alumnos y la undécima rozando esa misma cifra.

### **4. Conclusión**

Después de más de 10 años de funcionamiento, OndaCampus se ha convertido en una plataforma formativa referente en el panorama regional.

OndaCampus reporta un claro beneficio para los alumnos que de manera voluntaria deciden participar aportando sus ideas, proyectos y programas radiofónicos. Es un hecho comprobable que los estudiantes que a lo largo de sus años de estudios deciden involucrarse en OndaCampus están en mejores condiciones prácticas (más curtidos) para afrontar su acceso al mercado laboral que los alumnos que han decidido no hacerlo, y así lo manifiestan los empleados de los diferentes medios que acogen a alumnos en prácticas en el marco de la asignatura del “Practicum” que cursan en el cuarto año de estudios. Además, como recogen Parejo y Martín-Pena (2011) son varios los casos de éxito de antiguos colaboradores que se encuentran en la actualidad ocupando cargos de responsabilidad en medios de comunicación regionales.

Además, en la actualidad se dan las circunstancias idóneas de que pueden permitir que esta plataforma formativa continúe siendo un punto de referencia. Una nueva etapa comienza en la radio-tv de la Universidad de Extremadura caracterizada por su capacidad de integración. Con dos grandes retos, por un lado el papel destacado del personal de OndaCampus en el marco de la Asociación de Radios Universitarias de España con el objetivo de aglutinar en proyectos cooperativos a todas las radios universitarias españolas, como ha sucedido con el programa de divulgación científica “Semillas de Ciencia” ([www.semillasdeciencia.es](http://www.semillasdeciencia.es)) o proyectos europeos como “EuroPhonica”



## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

(www.europhonica.eu) en colaboración con emisoras estudiantiles de otros países del contexto europeo (Francia, Italia, Portugal y Alemania). Y por otro lado, la integración de OndaCampus en la estrategia comunicativa de la Universidad de Extremadura a través del Gabinete de Información y Comunicación, que permitirá a la emisora relanzar su papel interno en el seno de la comunidad universitaria y afianzar su perfil externo tejiendo puentes firmes con la ciudadanía. Y en todo este entramado el papel de los estudiantes de la especialidad de comunicación audiovisual irá claramente en aumento.

### 5. Referencias bibliográficas

Aguaded, J.I. y Martín-Pena, D. (2013): “Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras”, en *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 124, páginas 63 a 70; recuperado el 6 de noviembre de 2015, 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.

Casajús, L. (2011): “Radio universitaria en América Latina: Escenarios y perspectivas”. 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.

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 Narvárez y D. Martín-Pena). Barcelona: Editorial UOC.

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.

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

González Conde, M. J. (2003): “Ámbitos de actuación de la radio educativa y su integración en el contexto escolar”. Red Digital: *Revista De Tecnologías De La Información y Comunicación Educativas*, (4).

Hurtado, C. (2007): “En busca de la nueva radio”. *Enlaces: Revista Del CES Felipe II*, 7.

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](http://www.edmetic.es/revistaedmetic/index.php/component/content/article?id=64)

Martín-Pena, D. y Contreras Púlido, P. (2014): “Las radios universitarias en España: inicios, evolución y panorama actual”. En VV.AA., *Las Radios Universitarias en América y Europa*. (Coords., D. Martín-Pena y M.A. Ortiz Sobrino) Madrid: Fragua.

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>

Martínez, L. (2005) El periodista en transformación en el ciberespacio: la reivindicación del periodista como periodificador en la Red. *Razón y Palabra*, 42.

Parejo, M. y Martín-Pena, D. (2014): “El papel de la Radio Universitaria como transmisora del conocimiento científico. De la producción individual al trabajo cooperativo: El proyecto ‘Semillas de Ciencia’”. En VV.AA., *Las Radios Universitarias en América y Europa*. (Coords., D. Martín-Pena y M.A. Ortiz Sobrino) Madrid: Fragua.

Parejo, M. y Martín-Pena, D. (2011): “OndaCampus Radio: Integradora y formadora”. En VV.AA., *La radio universitaria como servicio público para una*

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

*ciudadanía democrática*. (Coords., J.I. Aguaded Gómez y P. Contreras Pulido). A Coruña: Netbiblo.

Segura, A. (2014): “Divulgación científica en las radios universitarias españolas”. *Revista de Educación Mediática y TIC (EDMETIC)*, 3(1); páginas 44 a 60; recuperado el 19 de noviembre de 2015, de [www.edmetic.es/revistaedmetic/index.php/component/content/article?id=64](http://www.edmetic.es/revistaedmetic/index.php/component/content/article?id=64)