



Modelo de investigación para el estudio de las radios universitarias

Daniel Martín-Pena¹; Agustín Vivas Moreno²

Recibido: 25 de julio de 2016 / Aceptado: 16 de enero de 2017

Resumen. Las radios universitarias forman parte del plan estratégico de información y comunicación de las instituciones académicas, como instrumentos valedores de la formación, la divulgación y el servicio público. Por ello, el estudio de estas emisoras permite acercarse a la gestión de la información y la comunicación en las universidades. En este artículo, planteamos una propuesta de modelo de investigación de estas emisoras desde una perspectiva global con la creación de nueve tablas de análisis elaboradas a partir del abordaje de un estudio preliminar, unos cuestionarios de validación y un comité de expertos que posibilitan la creación de unos instrumentos que permitan acercarse de manera transversal a este fenómeno. El resultado es la elaboración de un modelo que puede ser aplicado al análisis de estas emisoras independientemente del contexto de desarrollo de las mismas.

Palabras clave: Radio; universidad; comunicación; modelo; investigación.

[en] Research model for the study of university radios

Abstract. Universities radios part of the strategic plan of information and communication of the High Education institutions, as supporters instruments of the training, the disclosure and the public service, and definitely of the connexion of the University with her nearest enviroment. This article arises a proposel research model of the universities radios from a global perspective with creating a total of nine analysis tables made from boarding of a preliminary study, a validation questionnaires and a expert commitee that allow to creation an instruments that posible closer transversely to the phenomenon of the universities station. The result is the elaboration of a model that can be applied to the analysis of these station of regardless of the context of their development.

Keywords: Radio; university; communication; model; research.

Sumario. 1. Introducción. 2. Repaso a la investigación en radios universitarias. 3. Justificación y objetivos. 4. Metodología: Fases para el desarrollo del modelo; 4.1. Estudio preliminar; 4.2. Proceso de creación de instrumentos; 4.3. Cuestionarios de validación; 4.4. Comités de expertos. 5. Resultados: modelo de estudio para el análisis de las radios universitarias. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

¹ Universidad de Extremadura
E-mail: danielmartin@unex.es

² Universidad de Extremadura
E-mail: aguvivas@unex.es

Cómo citar: Martín-Pena, Daniel y Vivas Moreno, Agustín (2017): "Modelo de investigación para el estudio de las radios universitarias", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (2), 1265-1283.

1. Introducción

La radio universitaria, junto a los archivos, las bibliotecas, los centros de documentación universitarios, las revistas de divulgación científica, las redes sociales o la televisión universitaria, entre otras, forman parte sustancial de los instrumentos de información y comunicación que utilizan las instituciones de Educación Superior. El estudio de todos ellos constituye parte del análisis de la gestión de la información y la comunicación en las universidades. Nos centramos a continuación en el estudio de la radio universitaria, pero esta concepción otletiana e integral no debe perderse de vista durante todo nuestro desarrollo.

La radio universitaria es una tipología de emisora que se encuentra caracterizada desde su origen a los siguientes elementos:

— desde una perspectiva social, resulta ser un auténtico servicio público, dado que posibilita el acceso a la comunicación de toda la ciudadanía;

— desde una práctica educacional es un ejemplo formativo, tanto desde la vía de la formación del oyente en la educación de valores y la creación de espíritu crítico como la de la formación de los colaboradores o futuros profesionales de los medios que se encuentran realizando sus estudios en disciplinas relacionadas con la información o la comunicación.

— y desde una perspectiva sociológica, la radio universitaria presenta una relación actual y transgresora con la ciudadanía. Así, la encontramos vinculada con “lo alternativo”, en contenidos, música, formatos, colaboradores o modelos organizativos y de gestión del fenómeno radiofónico (Aguaded y Martín-Pena, 2013: 3-4).

Los inicios de la radio universitaria deben remontarse al continente americano. Por un lado, en Estados Unidos discurre el año 1917 cuando comienzan los primeros experimentos radiales de las *College Radio Norteamericanas*, asociados a universidades que buscan avances en el campo de las comunicaciones marítimas. Merrill (2008: 10) apunta que es en ese mismo año cuando la Universidad de Wisconsin en Madison realiza pruebas de transmisión a través de la estación 9XM (WHA); otras instituciones como la Universidad de Pittsburg o la de Detroit seguirían la línea iniciada. Por el contrario, los inicios en Latinoamérica son bien diferentes, ya que como apuntan Aguaded y Martín-Pena (2013: 7) las radios universitarias latinoamericanas son entes de participación, formación e información. No en vano, el origen de la primera emisora universitaria ha de buscarse en la Reforma de Córdoba de 1918, en la que los estudiantes reclaman modificaciones sustanciales en la Educación Superior. Años después, en 1924, casi a la par que surgen las primeras transmisiones radiofónicas en Argentina, comienza sus emisiones Radio Universidad Nacional de La Plata, abogando precisamente por acercar a los argentinos esos principios de educación, investigación e información. Poco a poco, otros países del contexto, se irían sumando a la apuesta por la

radiodifusión universitaria: Colombia – Emisora Cultural de Antioquía en 1933, Chile – Radio Universidad Técnica Federico Santa María en 1937 y México - Radio UNAM en 1937 (Martín-Pena et al., 2016: 52-54).

Sin embargo, en Europa la radiodifusión universitaria es bastante más tardía. No será hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX, cuando se inicien los acercamientos de las universidades europeas a la radiodifusión. Reino Unido y Francia comenzaron sus emisiones de carácter universitario en la década de los 60, y tanto Alemania como Italia, e incluso Portugal, constituirán una realidad más similar a la vivida en España, dónde comienzan a surgir este tipo de estaciones más adelante, en torno a la finales de la década de los ochenta e incluso en los primeros años de los noventa (Fidalgo, 2009: 3).

2. Repaso a la investigación en radios universitarias

En la actualidad existen aún escasas referencias bibliográficas sobre el fenómeno de las emisoras universitarias. Tal y como reconoce Vázquez (2012: 15), “[...] se ha publicado poco. La literatura que existe está en compendios de libros sobre historia de la radio en general, con muy poco espacio dedicado especialmente a ella, en literatura sobre Radio Pública, en memorias institucionales, revistas o comunicaciones de Congresos”. Si bien en América, tanto en Estados Unidos como en el área iberoamericana, la producción bibliográfica es algo mayor, en el contexto europeo, la bibliografía aún es escasa y relativamente reciente, aunque en España se está dando un impulso significativo en el último lustro.

En Estados Unidos destacan varios autores, como Hugh Richard Slotten, experto conocedor de la historia radiofónica estadounidense, que en su último libro de 2009, *“Radio's Hidden Voice: The Origins of Public Broadcasting in the United States”* dedica un amplio apartado a las colleges radios. También es reseñable la publicación de ese mismo año de Steven McClung, Bruce Mims y Chan-pyo Hong bajo el título *“College Radio Streaming and Legal Uncertainty”*, así como la de Wilfred Tremblay *“A Delphi Study on the Future of College Radio”* o Stephen Merrill y su trabajo de 2008 *“College Radio Survivability: Emerging Business Models and the Challenges of Technological Convergence”*. Aunque uno de los grandes referente en el contexto de las Colleges Radios es Samuel Sauls, que cuenta con numeras publicaciones y libros sobre el desarrollo del fenómeno como *“An analysis of selected factors which influence the funding of college and university radio stations as perceived by station directors”* (1993) o *“College Radio: 10 Points of Contention from the Management Perspective”* (1995), si bien el más reseñado es el libro *“The culture of American College Radio”* publicado en 2000 por la Universidad de Iowa. También hay referentes en castellano, como es el caso de la tesis de licenciatura realizada por Marisol Magaña en 2003 que bajo el título *“El modelo de radio universitaria en Estados Unidos de Norteamérica: el caso de KTCU”*, aborda un estudio del caso concreto de una college radio.

Más al sur, en países como México o Argentina, existe también una gran cantera de estudiosos. Uno de ellos es Irving Berlín Villafañá, que en su tesis de maestría aborda un completo análisis de la radio universitaria en el país mexicano, *“Las radios universitarias, ¿subversión en los mercados? El caso mexicano: el*

Sureste”, defendida en la Universidad Internacional de Andalucía de Huelva, España. Igualmente destaca su artículo del año 2000, “*El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México*” estudio que se ha convertido en referente. En este mismo país, localizamos otro estudio de referencia “*Medios de comunicación Universitarios 2005*”, realizado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior en México (ANIUES) con el apoyo de la UNESCO. Al margen, podemos localizar un buen número de tesis profesionales que abordan casos concretos de distintas emisoras universitarias mexicanas, como el caso de la realizada por Dalia Tapia Marín en 2003 bajo el título “*Retos y perspectivas de la radio universitaria de cara al siglo XXI. Caso específico: Radio Universidad Nacional Autónoma de México*” o el trabajo de Carlos Villanueva Valadez “*La Radio Universitaria y su función social como instrumento para la integración (La radio universitaria en la ciudad de Monterrey, Nuevo León)*”. En el resto del panorama Iberoamericano destacan autores como Juan Carlos Dido que en 2008 aborda un estudio de las emisoras universitarias argentinas titulado “*Radios universitarias: realidad y perspectivas*”; asimismo, en 2007 este mismo autor junto con Sergio Barberis publican el libro “*Radios Universitarias: Principios, funciones, objetivos*”, que profundiza en la realidad de estas emisoras universitarias en Argentina. Del mismo modo, Carolina Asuaga en 2007 publica el estudio “*Gestión de las radios universitarias: Definiendo la Estrategia*”, y un último referente lo constituyen Carlos Milito y Lucía Casajús en 2011 con su estudio sobre “*Las Radios Universitarias argentinas en internet: Relevamiento, desarrollos, modelos y enfoques*”.

Centrándonos ya en España hay que apuntar que el estudio de las radios universitarias es relativamente reciente. Frecuentemente los investigadores han fijado más su mirada en la relación de la radio con la educación desde una perspectiva amplia e integral. Es el caso de Juan José Perona y sus múltiples publicaciones (2002, 2009 o 2012), en algunas de ellas con referencias al caso de emisoras universitarias. Para localizar comunicaciones concretas sobre estaciones universitarias tenemos que dirigir la mirada, en primera instancia, al II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria y I Encuentro Iberoamericano de Radios Universitarias celebrado en Granada en marzo de 2005, el cual dedicó un eje temático a las “Experiencias universitarias en comunicación periodística a través de revistas, radios y televisiones propias”, y en podemos localizar varias comunicaciones que abordan la realidad de las emisoras universitarias españolas y que serán referentes en estudios posteriores:

— Los objetivos de las emisoras de radio universitarias a través de su programación (Ángels Álvarez y Anunciación Ramírez).

— La radio universitaria, entre la generalidad y la especialización. El caso de Vox UJI Radio (Ángeles Durán y Francisco Fernández Beltrán).

— El Asociacionismo como motor de la Radio Universitaria. La acción cultural de la Asociación Radiofónica ONDAS y la Radio Universitaria de León (David Sánchez).

— Radio universitaria: historia de una radio diferente (Diego Fidalgo Díez).

Este último autor será uno de los más referenciados, y no sólo por ese artículo, sino por uno posterior, del año 2009, *“Las radios universitarias en España. Transformación al mundo digital”*, un completo capítulo que nos acerca a la realidad de las radios universitarias españolas desde varios puntos de análisis. Otro autor que aborda el tema de las radios universitarias en España es José Ignacio Gallego, con su comunicación *“Radio universitaria en España situación de una forma de comunicación alternativa”* recogida en 2007 en el libro de ponencias *“Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura”* fruto del Foro Universitario de Comunicación celebrado en la Universidad Carlos III de Madrid, un año antes.

De fecha más reciente son cinco publicaciones; la primera de ellas surgida en 2011, pero que se gesta en agosto de 2010 durante la celebración de Curso de Verano de la Universidad Internacional de Andalucía celebrado en su sede de Baeza, bajo el título de *“Ondas de las Universidades: las radios universitarias como servicios ciudadanos de Comunicación”*, una completa publicación coordinada por José Ignacio Aguaded y Paloma Contreras, que aglutina, en tres bloques diferenciados, un apartado de marco teórico, otro de buenas prácticas y una guía de radios universitarias españolas, bajo el título de *“La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática”*. La segunda publicación se presentó en Octubre de 2012, y contó con la colaboración de la Asociación de Radios Universitarias de España, *“Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica”* coordinado por Cinta Espino y Daniel Martín sigue la misma línea que el anterior. La tercera publicación ha sido coordinada por Paloma Contreras y Macarena Parejo, y aborda el papel de las radios universitarias como divulgadoras del conocimiento científico, bajo el título *“+ CIENCIA. Cómo trabajar la divulgación científica desde las radios universitarias”* centrada en la labor de apoyo a la difusión de la I+D+i de las universidades que realizan las emisoras universitarias. Le sigue en 2014 se ha presentado el cuarto libro *“Radios Universitarias en América y Europa”*, coordinado por Daniel Martín y Miguel Ángel Ortiz, que traza un panorama de la evolución histórica del fenómeno en más de 10 países de ambos continentes. Finalmente, en 2016 se publica *“La radio universitaria: Gestión de la información, análisis y modelos de organización”* de Daniel Martín, Macarena Parejo y a Agustín Vivas, que aborda un estudio global de este tipo de emisora en España.

Además a estos cinco libros, se une un nueva publicación en 2014, en este caso, un monográfico dedicado a las estaciones radiofónicas universitarias, bajo el título *“Antecedentes, estado de la cuestión y prospectiva de la radio universitaria”*, coordinado por Carmen Marta y Daniel Martín.

En cuanto al apartado de tesis doctorales, destacan seis estudios recientes desde 2012 realizados por los siguientes autores: Marina Vázquez Guerrero (2012), Daniel Martín (2013), Augusto Ventín, Lucía Casajús (2014) y Regina Pinto (2015). A estos autores podemos añadir la tesis de María Julia González Conde (2000), la José Ignacio Gallego Pérez o Paloma Contreras (2014), que abordan en algunos de sus apartados estos asuntos.

En definitiva, en los últimos años, y como apunta Vázquez (2012: 22) *“se ha logrado un mayor número de publicaciones, principalmente en España que han permitido tener un mayor acercamiento al medio, pero no en su totalidad”*, por eso

consideramos que es necesario seguir nutriendo de referencias el fenómeno radiofónico universitario.

3. Justificación y objetivos

En la actualidad, existen muchas instituciones de Educación Superior de nuestro entorno, tanto del ámbito privado como público, que se van sumando a la apuesta por proyectos comunicativos en el ámbito radiofónicos, siempre bajo una doble premisa:

— Por un lado, el acercamiento a la sociedad y el apoyo a la difusión y divulgación del conocimiento científico generado en el marco universitario. Es por ello, y por muchos otros motivos subyacentes, que las radios universitarias se han convertido en medios de comunicación, difusión y vertebración de la comunidad universitaria con la sociedad, certificando el auténtico compromiso de responsabilidad social que debe tener toda institución de Educación Superior, en aras de la formación y la educación de toda su comunidad tanto interna como externa.

— Y, por otro, el apoyo como plataforma de prácticas para los alumnos vinculados a los estudios del área de las ciencias de la comunicación y la información, con objeto de que los estudiantes estén mejor preparados para afrontar, con las mayores garantías posibles, su salto al mercado laboral.

A estos argumentos capitales hay que añadir otros factores no menos sustanciales, que se han venido dando estos últimos años:

— En este sentido, últimamente, existe el convencimiento, cada vez de forma más uniforme en los equipos de gobierno universitarios, de que la radio universitaria es uno de los medios más adecuados para difundir el saber, fomentando la divulgación científica y cultural generada en la institución académica. La radio, en consecuencia, da voz a toda opinión y permite todo tipo de análisis—enriqueciendo y democratizando de esta manera la vida universitaria, y siendo reflejo de los pareceres de todos aquellos que pasan de una u otra forma por sus aulas.

— El otro factor, igualmente trascendental, lo constituyen las aportaciones de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en los distintos aspectos de la emisora, desde las facilidades para ponerla en marcha hasta las posibilidades para el acercamiento al oyente a través de los servicios interactivos que se han instaurado en la dinámica diaria de las mismas, al amparo de la conocida por todos evolución tecnológica constante.

Todos estos factores han favorecido, sin duda alguna, el despliegue que han manifestado en los últimos años las radios universitarias, tal y como hemos visto, en la historiografía. La radio universitaria, pues, como mecanismo constitutivo del hecho informativo y comunicativo universitario.

Por tanto, en una primera fase de la investigación, el objetivo general que nos proponemos es confeccionar metodológicamente un modelo de análisis para el

estudio de las radios universitarias en España, si bien se pretende que dicho modelo sea extrapolable a la realidad de cualquier contexto geográfico.

Con este propósito se plantean seis objetivos específicos para crear una propuesta de modelo de análisis global de emisoras universitarias:

1. Obtener la perspectiva de expertos sobre los distintos aspectos de las emisoras que se constituyen en esenciales para abordar su análisis global.

2. Definir los aspectos generales que determinan el funcionamiento y organización de las emisoras universitarias.

3. Definir los aspectos funcionales de las plataformas webs de las emisoras partiendo del contenido, tipo emisión y aprovechamiento de las TICs que realizan.

4. Definir los aspectos relacionados con la implementación del concepto de interactividad en las estaciones universitarias.

5. Definir aspectos que pueden determinar el impacto que tienen las webs y redes sociales de las radios universitarias en la ciudadanía.

6. Definir los aspectos significativos relativos a la divulgación de la ciencia, el intercambio de contenidos o la formación del alumnado de ciencias de la comunicación.

4. Metodología: Fases para el desarrollo del modelo

El modelo que vamos a diseñar pretende ser apoyo para el estudio de la gestión informativa y comunicativa de las universidades. Cuatro son las fases de desarrollo metodológico: estudio preliminar, creación de instrumentos de análisis, validación de los cuestionarios establecidos y confección del comité de expertos.

4.1. Estudio preliminar

Esta fase inicial tiene por objeto tomar contacto con la realidad estudiada. De esta manera, hemos realizado un estudio pormenorizado de la bibliografía descrita en el punto dos de este artículo, así como una observación de las plataformas webs de todas las estaciones radiofónicas universitarias pertenecientes a la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU). Finalmente, hemos seleccionado a los directores/coordinadores susceptibles para la realización de entrevistas individuales. De igual modo, para la selección de la muestra de los entrevistados, hemos confeccionado una serie de criterios significativos que previamente hemos cotejado, con objeto de obtener una muestra lo más significativa posible. Los criterios obedecen a los siguientes parámetros: antigüedad (emisora más veterana y más novel), dependencia orgánica (órganos de gobierno, alumnos, asociación), tipo de emisión (online, hertziana y podcast) y niveles de producción y participación.

En definitiva, para la recogida de información hemos realizado una ficha de análisis que aborda de manera general cuestiones sobre cuatro ejes: datos generales de las emisoras, entornos Web, contenidos e interactividad. Dicha ficha la hemos completado mediante la entrevista directa a los directores previamente seleccionados.

4.2. Proceso de creación de Instrumentos

La creación de herramientas de recogida de información constituye una fase sustancial para la creación del modelo de estudio de las radios universitarias, como lo sería para cualquier otro objeto. Como afirman Del Río y Velázquez (2005: 62), al crear los instrumentos es necesario realizar un trabajo previo de diseño, a partir de categorías, preguntas claras y conceptualmente bien definidas y delimitadas, que serán claves para configurar el instrumento más adecuado a los objetivos propuestos en cada investigación. En nuestro caso, la creación del mismo no empieza de cero, dado que, como hemos reflejado, se parte del estudio realizado en la fase preliminar. En este sentido, es objeto de esta segunda fase, por una parte, la confección de categorías, indicadores y subindicadores que nos serán de utilidad para la medición y evaluación de los diferentes parámetros, y por otro, la realización de una primera codificación, la cual es fundamental para la fase de análisis de datos. En definitiva, hemos confeccionado tres herramientas:

a) Tabla de análisis de emisoras y de sus plataformas: esta tabla de análisis conserva las mismas categorías que se configuraron en la ficha del estudio preliminar; eso sí, con la variación de incluir indicadores y subindicadores codificados para poder profundizar detalladamente en el análisis de toda la información.

b) Ficha entrevista a directores/coordinadores: con tres bloques de preguntas; uno primero, de carácter puramente técnico; uno segundo, de visión generalista que incluiría la temática TICs y, por último, un tercer bloque de preguntas vinculadas a la web y la interactividad.

c) Y ficha entrevista a colaboradores: La estrategia a la hora de configurar las cuestiones para este colectivo de las emisoras es realizar algunas preguntas comunes a las propuestas para los directores, para poder trazar así resultados comparativos entre unos y otros, y obtener una información más completa. En esta primera propuesta de preguntas, no planteamos la necesidad de realización de bloques de cuestiones.

Como paso previo, y en paralelo a la creación de estos instrumentos, con el propósito de tomar contacto con los protagonistas para el acceso al campo, hemos contactado con todos los directores y coordinadores de las emisoras universitarias que forman parte de nuestra muestra (en este caso, las emisoras universitarias españolas asociadas a la ARU) y les hemos remitido un “cuestionario 0 o de acceso a campo”, que cuenta con siete cuestiones clave que nos han permitido empezar a trabajar con la realidad actual del campo. Estas cuestiones son las siguientes:

- resumen histórico de la emisora
- objetivos
- dependencia estructural
- tipo emisión
- número de programas y colaboradores
- redes sociales activas.

Toda la información obtenida de este cuestionario inicial, al que hemos denominado “cuestionario 0”, nos es de gran utilidad para completar las tablas de análisis y contextualizar la situación concreta de cada una de las emisoras de nuestro estudio.

4.3. Cuestionarios de validación

Después de la creación de los instrumentos y con el fin de configurar las herramientas más completas y adecuadas para abordar con seguridad los objetivos propuestos, hemos elaborado unos cuestionarios de validación que han sido sometidos al juicio de los expertos. Hemos realizado dos cuestionarios: uno para validar la tabla de análisis de las emisoras y sus plataformas webs, y otro para las fichas de entrevistas, tanto de directores como de colaboradores. Veámoslos:

a) Cuestionario validación de la tabla de análisis de las radios universitarias y de sus plataformas webs. Consta de tres partes diferenciadas:

- Cuestiones generales: en las que se abordan preguntas sobre la tabla de análisis creada, así como de cada una de las cuatro categorías: ficha técnica, entorno web, contenido e interactividad.

- Cuestiones específicas: en las que se tratan temas de divulgación científica, servicios interactivos, audiencia e impacto, grado de eficacia comunicacional, aplicaciones para dispositivos periféricos móviles, grado de actualización y diseño y estructura de contenidos.

- Cuestiones adicionales: se plantean con objeto de obtener información añadida para nuestro estudio, abordando temas como modos de financiación, personal u órganos de gobierno universitario. Estas cuestiones las hemos planteado, del mismo modo, al otro grupo de expertos que han evaluado las preguntas de directores y colaboradores.

El cuestionario incluye una pregunta final sobre la idoneidad del instrumento creado para llevar a buen término nuestra investigación.

b) Cuestionario validación de la ficha de preguntas propuestas para las entrevistas directas a directores y colaboradores de las emisoras universitarias españolas. Tiene dos partes diferenciadas:

- Cuestiones generales: en las que se abordan preguntas sobre divulgación científica, interactividad, audiencia e impacto y eficacia comunicacional, al margen de otros cuestiones

- Cuestiones adicionales: las cuales se plantean con objeto de obtener información añadida para nuestro estudio, en las cuales se tratan asuntos como los modos de financiación, personal y órganos de gobierno universitario.

El cuestionario incluye, como el anterior, una pregunta final sobre la idoneidad del instrumento creado para llevar a buen término nuestra investigación.

4.4. Comités de expertos

Como venimos diciendo, una de las partes fundamentales del proceso de creación de los instrumentos es su validación por parte de los expertos. La consulta a

expertos es considerada como una de las estrategias de evaluación de medios más tradicional y también la más cotidianamente utilizada (Cabero, 1994a: 251; 1994b: 122). El principal problema que puede presentar esta estrategia evaluativa es la correcta selección de los expertos y la validez de sus apreciaciones. Por ello, es fundamental la selección de los mismos, primando que sean realmente representativos de la parcela de estudio. Deben ser expertos a nivel nacional e internacional de distintos ámbitos dentro del mundo de la comunicación y la radiodifusión universitaria.

Esta fase del proceso investigativo es muy útil, ya que los evaluadores han introducido correcciones e interesantes aportaciones, permitiendo crear unas herramientas que han sido sometidas a una validación exhaustiva, rigurosa y reflexiva.

Hemos creado dos comités de expertos formados por un total de 20 personas relacionadas de forma directa con el entorno de la comunicación en el seno de las universidades. Por un lado, el comité de expertos A ha validado la tabla de análisis de plataformas webs, y por otro lado, el comité de expertos B ha evaluado las fichas de entrevistas de directores y colaboradores. Una vez validadas las tablas, hemos rehecho los tres instrumentos siguiendo las directrices de los expertos y hemos configurado unas tablas de análisis globales que aglutinan tanto el asunto de las plataformas webs como las entrevistas, a través de las cuales, en una segunda fase de la investigación, obtendremos la información de cada una de las emisoras analizadas. Hay dos tipologías de expertos:

a) Expertos validadores de la tabla de análisis de las radios universitarias y de sus plataformas webs: la selección de los expertos que han evaluado esta herramienta la hemos hecho, tal y como hemos apuntado, siguiendo el criterio fundamental de su vinculación directa con la comunicación universitaria y con las emisoras universitarias, desde distintas perspectivas jerárquicas:

- Responsables institucionales de la emisora: expertos que son directores de áreas organizativas vinculadas a la comunicación universitaria de las que dependen las emisoras universitarias.

- Personal de la emisora: trabajadores de emisoras universitarias, por un lado, profesores universitarios que ejercen como directores de programación y/o producción, personal de administración y servicios que desempeña distintas funciones.

- Colaborador o participante en emisora universitaria: alumnos que llevan varios años participando en las emisoras y que pueden ofrecer una visión muy operativa desde la perspectiva formacional.

b) Expertos validadores de la ficha de preguntas propuestas para las entrevistas a directores y colaboradores de las emisoras universitarias españolas. En este caso, hemos creado un grupo formado por diez expertos, los cuales subdividimos en dos grupos:

- Directores/coordinadores: responsables de radios universitarias que ya fueron entrevistados en el desarrollo del estudio previo y, que por tanto, contamos con la ventaja de que son conocedores de la investigación que estamos desarrollando.

- Expertos no vinculados de manera directa, pero concedores a fondo de la realidad de las emisoras universitarias. Por ejemplo, directores de emisoras convencionales que reciben a alumnos en prácticas.

5. Resultados: modelo de estudio para el análisis de las radios universitarias

Después de las propuestas iniciales basadas en los instrumentos del estudio preliminar y las surgidas a raíz de los cuestionarios de validación completados por los expertos, hemos creado un total de nueve tablas que son combinación de las cuatro herramientas de este estudio:

- Cuestionario 0 o cuestionario de acceso a campo.
- Ficha de análisis de emisoras y sus plataformas web.
- Ficha de preguntas para directores/coordinadores.
- Ficha de preguntas para colaboradores.

Las nueve tablas creadas constituyen el modelo propuesto para el análisis de las radios universitarias en España, pero que bien podría aplicarse a otros contextos geográficos.

Tabla 1. Aspectos Generales de la Emisora (AGE)³

Indicadores (código)	Subindicadores
Nombre emisora (NOM)	
Año creación (DAT)	
Universidad (UNI)	Pública (PUB)
	Privada (PRI)
Nº Alumnos Universidad (NUM)	
Dependencia (DEP)	
Url (URL)	
Tipo Emisión (EMI)	Online (ONL)
	Podcast (POD)
	FM (FM)
Tipo Colaboradores (COL)	Alumnos Prácticas CCII (ACI)
	Alumnos Universidad (ALU)
	PAS (PAS)
	PDI (PDI)
	Externo (EXT)
Personal (PER)	Contratados (CON)
	Becados (BEC)
	Voluntarios (VOL)
	Otro

³ Esta tabla aborda los aspectos más genéricos de las estaciones universitarias con datos sobre tipologías de emisión, de colaboradores, de financiación, de publicidad, así como la dependencia orgánica y el año de creación. Para completar la tabla vamos a hacer uso de dos elementos: el cuestionario 0 y la ficha de preguntas para directores.

Financiación (FIN)	Universidad (UNI)
	Patrocinio (PAT)
	Otra
Programación (PRO)	Generalista / Especializada
	Bloques / Mosaico
	Institucional/ Formativa/ Informativa/ Entretenimiento
Publicidad/cuñas (PUB)	Sociales (SOC)
	De patrocinio (PAT)
	Institucionales (INS)
	Promos propias (PRO)
Proyectos Resp. Social (PRS)	Si / No (describir)

Tabla 2. Aspectos Generales de la web (AGW)⁴

Indicadores (Código)	Subindicadores
Cambio web último año	Si / No
Año última web	
Nº páginas webs (datos obtenidos de www.archive.org)	
Años cambio webs	
Palabras menú navegación	
Plantilla (PLA)	Fija (FIJ) / Dinámica (DIN)
Velocidad de carga (CAR)	Instantánea (INS) / Carga lenta (LEN)
Diseño (DIS)	Atractivo (ATR) / Sobrio (SOB) / Mejorable (MEJ)
Estructura contenidos (EST)	Intuitiva (INT) / Básico (BAS) / Compleja (CMP)
Idiomas (IDI)	Castellano
	Catalán/Valenciano
	Inglés
	Bilingüe
	Multilingüe
Accesibilidad (ACC)	Mapa Contenidos (MAP)
	Tamaño fuente (FUE)
	Buscador (BUS)
Importancia WEB (IMPW)	Dir.
	Col.
Valoración Web (VALW)	Dir.
	Col.
Observaciones	

⁴ Esta tabla afronta los aspectos más genéricos de las plataformas web de las radios universitarias. También pretende valorar objetivamente el diseño y la estructura de contenidos a través de cuestionarios sencillos y específicos que hemos preparado sobre esta temática y que deben ser completados por una muestra de expertos en arquitectura web. Obtendremos el punto de vista de colaboradores y directores sobre la web de su emisora y la importancia que le dan a la misma. Para completar la tabla vamos a hacer uso de cuatro elementos: la ficha de análisis de las web, el cuestionario de diseño y estructura de contenidos (debe ser cumplimentado por expertos en arquitectura web independientes) y las fichas de preguntas para directores y para colaboradores.

Tabla 3. Interactividad en web (IAW)⁵

Indicadores (Código)	Subindicadores
Servicios Interactivos (SIA)	Redes Sociales (RRSS)
	Chat (CHAT)
	Encuestas (ENC)
	Comentarios (COM)
	Foros (FOR)
	FAQs (FAQ)
	Blogs (BLOG)
	Suscripción RSS (RSS)
	Redes Sociales de Audio (RRSSA)
	iTunes (ITTU)
	Skype (SKY)
	Tags (TAG)
	WhatApps
Redes Sociales en la Web (RSW)	Comentarios visibles (CWEB)
	Enlaces directos (ENLD)
	No visibles en la Web (NWEB)
	Posibilidad de compartir (COMP)
APP de la emisora (APP)	IOS (IOS)
	Android (AND)
	Windows Phone (WPH)
Forma de Contacto (CONT)	Email (MAIL)
	Teléfono (TLFN)
	Formulario (FOR)
	Dirección (DIR)
Importancia Interactividad (IMPI)	Dir.
	Col.
Uso de Servicios Interactivos	Dir.
	Col.
Uso Redes Sociales (URS)	Dir.
	Col.
Forma de difusión programas por Colaboradores (DPR)	

⁵ Esta tabla trata sobre los servicios interactivos que las emisoras ponen a disposición de los usuarios haciendo especial hincapié en las redes sociales. Abordaremos otros dos temas fundamentales como son las formas de contacto y la disposición de aplicaciones para Smartphones. Al igual que en la tabla anterior recabaremos la opinión de directores y colaboradores sobre el tema de la interactividad. Para completar la tabla vamos a hacer uso de tres elementos: la ficha de análisis de las web, la ficha de preguntas para directores y la ficha de preguntas para colaboradores.

Tabla 4. Contenidos de la web (CNW)⁶

Indicadores (Cód)	Subindicadores
Info Corporativa (INFC)	Completa
	Básica
	Sin info
Parrilla Programación (PAR)	Si / No
Programas (PRO)	Con espacio propio
	Sin espacio propio
Categorización programas (CATP)	Sí / No
Núm. Progr. (NUMP)	
Fonoteca (FON)	Si / No
Tipo Fonoteca (TIPF)	De programas
	Tematizadas
	Ambas/Mixta
Descarga de programas (DESP)	Podcast
	Descarga directa
	Sólo escucha archivos
Multimedia (MULT)	Videos
	Fotos
Enlaces (ENL)	Si / No
Enlaces a otras Radios universitarias (ENLR)	Si / No
Sección o mención ARU (SARU)	Si / No
Sección noticias (SNOT)	Propias
	Universitarias
	De otro ámbito
	No
Observaciones	

Tabla 5. Audiencia e impacto emisoras (AUD)⁷

Indicadores (código)	Subindicadores
Importancia concepto audiencia (ICA)	Dir.
	Col.
Redes Sociales (RRSS)	Amigos o “me gusta” Facebook
	Media Comentarios último mes
	Seguidores Twitter
	Media Comentarios último mes
	Observaciones.
iVoox (IVOOX)	Fecha de alta

⁶ Esta tabla analiza a fondo los contenidos que ofrecen las plataformas web de las radios universitarias. Aspectos como la parrilla de programación, el número de programas y su categorización, la fonoteca, los enlaces y la presencia de información corporativa y noticias. Para completar la tabla vamos a hacer uso de la ficha de análisis de las web.

⁷ Esta tabla aborda el concepto de audiencia social desde la perspectiva de los directores y colaboradores, los cuales valoran el papel de su emisora en el contexto universitario y en la sociedad, y además extraemos datos concretos de redes sociales, sobre todo Facebook y Twitter, y la red social de audio iVoox, así como de Google Analytics. Para completar esta tabla haremos uso de los siguientes elementos: la ficha de análisis de las web, la observación y seguimiento de redes sociales de las emisoras, los datos de Google Analytics y las fichas de preguntas para colaboradores y directores.

	Número de audios
	Número de escuchas
	Número seguidores
	Programas con mejor ranking (5)
	Categorías
	Karma
Google Analytics (GANA)	Datos
Otras herramientas de análisis propias	
Valoración en Universidad (VALU)	Dir.
	Col.
Valoración en Sociedad (VALS)	Dir.
	Col.
Grado Implicación Rectorado (GIR)	Dir.

6. Conclusiones

Las conclusiones que extraemos de esta primera fase de nuestra investigación pueden recopilarse en las siguientes:

- El análisis de las radios universitarias se constituye como un elemento sustancial de los estudios globales que abordan la gestión de la información y la comunicación de las universidades.

- Es un hecho que en los últimos años se ha producido un aumento considerable de la bibliografía sobre el fenómeno de las radios universitarias, aunque si bien es cierto que aún existen pocas referencias bibliográficas sobre estos asuntos. En este sentido, habría que distinguir dos realidades; por un lado, en América, tanto en Estados Unidos como en el área iberoamericana, la producción bibliográfica es algo mayor, sin embargo, por otro lado, en el contexto europeo, la bibliografía aún es escasa y relativamente reciente, destacando el caso español que ha experimentado un impulso importante en los últimos años.

- Tras el estudio de la bibliografía existente, podemos advertir que las radios universitarias se van consolidando en sus respectivos contextos gracias a una serie de factores que le son intrínsecos y que tienen que ver con desde una perspectiva social, una práctica educativa y una perspectiva sociológica. Es por ello, que este tipo de estaciones radiofónicas fomentan la difusión y la divulgación del conocimiento, la constitución de las emisoras como plataforma de prácticas para el alumnado relacionado con el ámbito de las ciencias de la información, la difusión de la cultura científica o el acercamiento de la institución académica a la ciudadanía, convirtiéndose en verdaderas valedoras del servicio público.

- Este hecho nos permite constatar la necesidad de establecer modelos de investigación para el estudio de las radios universitarias, que sean útiles para evaluar las aplicaciones prácticas de estas emisoras en los distintos contextos académicos (en cuanto a la formación práctica del alumnado vinculado al área de la comunicación y las ciencias de la información), contextos comunicativos (en relación con su vinculación directa con la gestión de la información y comunicación institucional de la universidad) y contexto divulgativos (en cuanto a

la función de acercamiento a la sociedad de los avances realizados por el personal investigador de cada uno de las universidades).

- El modelo de investigación de radios universitarias propuesto está fundamentado en cuatro fases metodológicas (estudio preliminar, proceso de creación de instrumentos, cuestionarios de validación y comités de expertos) y se ha concretado en nueve tablas de análisis que abordan de manera global la realidad de las estaciones universitarias.

- Finalmente, podemos proponer que la aplicación de este modelo de análisis en distintos contextos geográficos puede permitir mejorar la gestión y funcionamiento de este tipo de emisoras, en base al principio de buenas prácticas que pueden quedar recogidas en las tablas de análisis a raíz de establecer estudios comparativos entre emisoras de distintos países, en fases de investigación posteriores que quedan abiertas a raíz de esta publicación.

7. Referencias bibliográficas

- Aguaded, José Ignacio y Contreras, Paloma (Coord., 2011): *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. A Coruña, Netbiblo.
- Aguaded, José Ignacio y Martín-Pena, Daniel (2013): “Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras”. *Chasqui*, 124, 63-70.
- Álvarez, Ángels y Ramírez, Anunciación (2005): “Los objetivos de las emisoras de radio universitarias a través de su programación”. *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*. Granada.
- Berlín, Irving (2000): “El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 3 (27).
- Cabero, Julio (1994a): “Evaluar para mejorar: medios y materiales de enseñanza”, en Sancho, Juana (Coord.): *Para una tecnología educativa*. Barcelona, Horsori, pp. 241-267.
- Cabero, Julio (1994b): “Evaluación de medios audiovisuales y materiales de enseñanza”, en Villar, Luis Miguel (Coord.): *Manual de entrenamiento: evaluación y procesos de actividades educativas*. Barcelona, PPU, pp.117-138.
- Casajús, Lucía (2015): *Análisis de la gestión de contenidos de la radio universitaria española en las redes sociales*. Tesis doctoral. Castellón, Universitat Jaume I.
: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/thesis/view/43>. [Consulta: 20 de marzo de 2016].
- Contreras, Paloma (2014): *La alfabetización mediática como herramienta de intervención en prisiones*. Tesis doctoral. Huelva, Universidad de Huelva, <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/7946>. [Consulta: 21 de marzo de 2016].
- Contreras, Paloma y Parejo, Macarena (Coords., 2013): *Más Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias*. Salamanca, Comunicación Social.
- Del Rio, Olga y Velázquez, Teresa (2005): “Planificación de la investigación en comunicación: fases del proceso”, en Berganza, María Rosa y Ruiz, Juan Antonio (Coords.): *Investigar en comunicación: Guía práctica de métodos y*

- técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid, McGraw-Hill, pp. 43-76.
- Dido, Juan Carlos (2008): "Radios Universitaria: realidad y perspectivas". *Congreso REDCOM: Conectados, hipersegmentados y desinformados en la Sociedad en la era de la globalización*. Salta, Universidad Católica de Salta.
- Dido, Juan Carlos y Barberis, Sergio (2007): *Radios Universitarias: Principios, funciones, objetivos*. La Matanza, Universidad Nacional de la Matanza.
- Durán, Ángeles y Fernández, Francisco (2005): "La radio universitaria, entre la generalidad y la especialización. El caso de Vox UJI Radio". *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*. Granada.
- Espino Cinta y Martín-Pena, Daniel (Eds., 2012): *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. Barcelona, Editorial UOC.
- Fidalgo, Diego (2009): "Las radios universitarias en España: Transformación al mundo digital". *Telos*, 80, 124-137.
- Fidalgo Diego (2006): "Radio universitaria: Historia de una radio diferente". *Razón y Palabra*, 49, 1-9.
- Gallego Pérez, José Ignacio (2010): *Podcasting: distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. En: <http://eprints.ucm.es/11205>. 30 de mayo de 2016.
- Gallego Pérez, José Ignacio (2007): "Radio universitaria en España: situación de una forma de comunicación alternativa", en Walzer, Alejandra: *Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura*. Madrid, Edipo.
- González, María Julia (2000): *Información universitaria en la radio pública: Radio 5-todo noticias*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, en: <http://eprints.ucm.es/3829>. 11 de abril de 2016.
- Magaña, Marisol (2003): *El modelo de radio universitaria en Estados Unidos de Norteamérica: el caso de KTCU*. Tesis de Licenciatura Ciencias de la Comunicación. Puebla, México, Universidad de las Américas, en: <http://catarina.udlap.mx>. 23 de abril de 2016.
- Martín-Pena, Daniel; Parejo, Macarena; y Vivas, Agustín (2016): *La radio universitaria: Gestión de la información, análisis y modelos de organización*. Barcelona, Gedisa.
- Martín-Pena, Daniel y Ortiz-Sobrino, Miguel Ángel (Eds., 2014): *Radios Universitarias en América y Europa*. Madrid, Fragua
- Marta, Carmen y Martín-Pena, Daniel (2014): "Investigación sobre radio universitaria: presente, pasado y futuro". *Edmetic*, 3 (1), 8-25.
- Marta, Carmen y Martín-Pena, Daniel (2014): "Antecedentes, estado de la cuestión y prospectiva de la radio universitaria". *Edmetic*, 3 (1).
- Martín-Pena, Daniel (2013): *Las radios universitarias en España: plataformas interactivas y redes de colaboración*. Tesis doctoral. Huelva, Universidad de Huelva: <http://hdl.handle.net/10272/7238>. [Consulta: 20 de marzo de 2016].
- McClung, Steven; Mims, Bruce; and Hong, Chan.pyo (2009): "College Radio Streaming and Legal Uncertainty". *Journal of Radio Studies*, 10 (2), 155-169.
- Merril, Stephen (2008): "College radio survivability: emerging business models and the challenges of technological convergence". *Masters of arts*. Bowling Green State University: <https://etd.ohiolink.edu>. [Consulta: 6 de abril de 2016].
- Milito, Carlos y Casajús, Lucia (2011): "Las radios universitarias argentinas en Internet: relevamiento, desarrollos, modelos y enfoques". *Question*, 1, 30.

- Perona, Juan José (2012): “Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha”, en Espino, Cinta y Martín-Pena Daniel (Eds.): *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. Barcelona, Editorial UOC, pp. 37-52.
- Perona, Juan José (2009): “Edu-webs radiofónicas: Experiencias españolas de educación en medios”. *Revista Comunicar*, 33, 107-114.
- Perona, Juan José (2002): “Radio escolar en Internet: un proyecto pedagógico para la era digital. *Revista Red Digital, Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa*: <http://reddigital.cnice.mecd.es>. [Consulta: 19 de marzo de 2016].
- Pinto Zúñiga, Regina (2015): *La radio universitaria como medio de formación de futuros profesionales en España: fundamentos para la creación de un modelo formativo integral*. Tesis Doctoral (inédita). Málaga, Universidad de Málaga. Inédita.
- Sánchez, David (2005): “El Asociacionismo como motor de la Radio Universitaria. La acción cultural de la Asociación Radiofónica ONDAS y la Radio Universitaria de León”. *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*. Granada.
- Sauls, Samuel (2000): *The Culture of American College Radio*. Iowa, State University Press.
- Sauls, Samuel (1995): *College Radio: 10 points of Contention from the Management Perspective*. ED410628.
- Sauls, Samuel (1993): *An analysis of selected factors which influence the funding of college and university radio stations as perceived by station directors*. Texas, University of North Texas.
- Slotten, Hugh Richard (2009): *Radio's Hidden Voice: The Origins of Public Broadcasting in the United States (History of Communication)*. Chicago, University of Illinois.
- Tremblay, Wilfred (2003): “A Delphi Study on the Future of College Radio”. *Journal of Radio Studies*, 10 (2), 170-185.
- Tapia Marin, Dalia (2003): “Retos y perspectivas de la radio universitaria de cara al siglo XXI: caso específico: Radio Universidad Nacional Autónoma de México”. *Razón y Palabra*, 69.
- Ugarte, Johanna (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 en Chile”. *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*, Granada.
- Vázquez, Marina (2012): *La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Tesis Doctoral. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra: www.tdx.cat/handle/10803/84113. [Consulta: 15 de marzo de 2016].
- Villanueva, Carlos (2012): *La radio universitaria y su función social como instrumento para la integración (La radio universitaria en la ciudad de Monterrey, Nuevo León)*. Diploma Estudios Avanzados. Madrid, Universidad Complutense: <http://eprints.uanl.mx/2079> [8 de marzo de 2016]
- Ventín, Augusto (2015): *La radio universitaria en Colombia: concepción de sus estructuras de gestión, producción y programación para la creación de una tipología de dirección de medios*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense: <http://eprints.sim.ucm.es/29577> [Consulta: 12 de marzo de 2016].

Daniel Martín Pena es Doctor en Educación y Medios por la Universidad de Huelva. Personal Científico e Investigador de la Universidad de Extremadura. Director de OndaCampus RadioTv de la UEx. Presidente de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) y Vicepresidente de la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe (RRULAC). Ha impartido conferencias sobre el fenómeno de las radios universitarias en Italia, Argentina y Colombia. ID ORCID: orcid.org/0000-0003-2676-5821.

Agustín Vivas Moreno es Profesor titular de Universidad en el Departamento de Información y Comunicación en la Universidad de Extremadura. Ha publicado múltiples libros y artículos científicos relacionados con el ámbito documental, informacional y archivístico. Ha dirigido numerosos proyectos de investigación competitivos y ha liderado cuantiosos contratos y convenios de investigación. Es investigador principal del Grupo de investigación *Gestión de la información, la documentación y el patrimonio en las organizaciones*. Fue uno de los responsables de la puesta en marcha la RadioTv de la UEx (Onda Campus). Actualmente, es Director de Información y Comunicación de la UEx. ID ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7571-126X>.