

Ugradio: una propuesta de radio para la Universidad de Granada

Álvaro Ramos-Ruiz

*Universidad de Granada, España
alramosruiz@gmail.com*

Resumen

El objetivo de este trabajo de investigación es demostrar que la Universidad de Granada necesita crear una radio universitaria para satisfacer las necesidades informativas de la comunidad universitaria. Para ello, hemos recopilado datos estadísticos sobre las necesidades de la UGR, así como del consumo de radio. Posteriormente, y a la vista de los resultados obtenidos, hemos planteado una propuesta de radio universitaria a través de Internet denominada UGRadio, que cumpla con la finalidad de satisfacer las demandas informativas de la UGR y que a su vez sirva de altavoz de conocimiento para la institución.

Palabras clave: Radio universitaria, Universidad de Granada, radio *online*, divulgación científica, participación estudiantil.

Ugradio: a Proposal for Radio for the University of Granada

Abstract

The objective of this research is to demonstrate that the University of Granada needs to create a university radio to satisfy the information needs of the university community. To do this, we have compiled statistics on the needs of the UGR and radio consumption. Subsequently, and in view of the results, we have made a proposal for an online university

radio called UGRadio to satisfy the information demands of the UGR and in turn serve as a knowledge tool for the institution.

Keywords: University radio, University of Granada, online radio, popularization of science, student participation.

1. INTRODUCCIÓN

La Universidad de Granada (UGR) se funda en el año 1531, convirtiéndose de esta forma en una de las primeras universidades del mundo. A lo largo de sus casi 500 años de historia, la UGR se ha consolidado como una de las universidades más prestigiosas de España y de Europa, ya que la calidad y la excelencia han sido los principales pilares sobre los que se ha basado esta veterana institución. Asimismo, la UGR es una de las universidades con mayor número de miembros dentro de su comunidad universitaria, especialmente estudiantes, que superan los 50.000 en total. Del mismo modo, goza de un gran reconocimiento internacional, gracias a sus diversos proyectos de investigación y desarrollo que la sitúan como un referente a nivel mundial. En cuanto a la internacionalización, hay que señalar que es la universidad europea que más estudiantes Erasmus acoge por curso, lo que la sitúa en una posición privilegiada.

Estas características favorecen la creación de un medio universitario de información que sirva para divulgar y transferir el conocimiento y el trabajo que se realizan dentro de la universidad. Aunque la UGR cuenta con una plataforma de comunicación (CanalUGR), ésta no alcanza la cobertura suficiente para llegar a todos los miembros ni para que éstos participen en ella. Por tanto, se cree necesario la puesta en marcha de un medio con una mayor cobertura y que posea un carácter multimedia y participativo. La radio, pues, ofrece esa posibilidad.

Pero la situación actual del medio radiofónico es bastante compleja debido a los grandes cambios que está sufriendo como consecuencia del desarrollo de Internet y la irrupción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que han supuesto una gran revolución. Asimismo, estos cambios también han afectado a las radios universitarias que han visto en Internet una posibilidad de reinventar una tipología de radio ligada al sector universitario. En este ámbito, hay dos aspectos relevantes ha destacar que son, por un lado, las posibilidades comunicativas que ofrecen este tipo de radios, especialmente a través de la Red (ej. Espino y Martín, 2012; Cavallo y Gaviria, 2014; Perona Páez, 2012); y las parti-

culares que presentan las emisoras universitarias, sobre todo, en su programación, contenidos, participación por parte del usuario oyente, etc. (ej. De Lorenzo, 2012; Baeza y Busón, 2012; Cuesta Moreno, 2012). Por último, también cabe destacar la labor divulgadora de la Ciencia de las radios universitarias, un aspecto muy importante en la sociedad del conocimiento (ej. Segura Anaya, 2014).

Por consiguiente, y siguiendo esta línea, nuestro objetivo en este trabajo es proponer una radio universitaria para la UGR con el fin de satisfacer las necesidades comunicativas e informativas de la comunidad universitaria. Del mismo modo, y a tenor de los cambios tecnológicos, consideramos que dicha emisora ha de ser *on-line* gracias al mayor número de posibilidades comunicativas que esta tipología ofrece.

2. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

Este artículo de investigación se basa en dos hipótesis: en primer lugar, consideramos necesaria la existencia de una radio en la Universidad de Granada; y en segundo lugar, ante el creciente desarrollo de las nuevas tipologías de radio por Internet, consideramos que dicha emisora debería ser *on-line*.

Para realizar este artículo de investigación, llevaremos a cabo los siguientes objetivos:

- Analizar la demanda informativa en la Universidad de Granada.
- Proponer un modelo de radio universitaria en la Universidad de Granada.

3. METODOLOGÍA

Para la consecución de los objetivos expuestos anteriormente, hemos decidido llevar a cabo una serie de etapas.

En primer lugar, y para demostrar la necesidad de crear una emisora en la UGR, hemos de recopilar datos estadísticos a través de diferentes bases de datos fiables e instituciones, especialmente aquellos datos referentes a las necesidades informativas de la UGR y a las tendencias de consumo de la radio *on-line*.

En la segunda etapa, una vez localizados y analizados los datos, haremos una propuesta de radio universitaria en la UGR, que por un lado,

satisfaga las necesidades informativas de sus miembros; y por otro lado, que contengan todas las posibilidades que el proceso de digitalización e Internet ofrecen a la radio. En dicha propuesta se detallará, la programación que emitirá la radio y el personal que trabajará en la emisora, así como la financiación, los vehículos de difusión de los contenidos y la participación por parte del usuario oyente.

4. NECESIDAD DE UNA RADIO UNIVERSITARIA EN LA UGR

Las radios universitarias son un caso particular dentro de las emisoras de radio en general. A diferencia de la radio comercial y generalista, cuya finalidad principal es la de obtener beneficios, las radios universitarias buscan la divulgación científica y cultural, ya que hay que señalar que este tipo de emisoras surgen en el seno de instituciones de enseñanza como son las universidades. Además, la característica más importante de este tipo de radios es que los estudiantes juegan un papel fundamental en la producción de los contenidos que se emiten. Citando a Espino y Martín (2012): “una radio universitaria significa una oportunidad para la formación, para la investigación académica, para la consolidación de la comunicación interna y externa, para la extensión y la relación de la Universidad con la sociedad.”

Tradicionalmente, las radios universitarias han desarrollado una labor muy importante, sin embargo, en algunas ocasiones, ésta ha pasado desapercibida fuera de los límites de la universidad. Gracias a Internet esta tendencia está cambiando como consecuencia del salto que estas emisoras están dando hacia la Red. Una de las principales ventajas que ofrece Internet es que el número de frecuencias son ilimitadas, por lo que ya no se depende de un espacio físico en el que transmitir como era el espectro radioeléctrico, evitando de este modo todo el complejo proceso administrativo de solicitud y posterior concesión de la licencia. En segundo lugar, hay que señalar que se produce una ruptura en la relación espacio-tiempo, permitiendo que la radio traspase las fronteras de la universidad. Del mismo modo, se fomenta la participación de los oyentes, creando una audiencia más interactiva y universal. Y por último, el *podcasting* que permite al usuario crear su propia programación sin necesidad de esperar a unos horarios preestablecidos por el medio (Espino y Martín, 2012). En relación a esta última idea, no hay que olvidar que

como afirma Merayo y Pérez (2001): “la clave de la consolidación de la radio digital radica en los contenidos más en los aspectos técnicos.” Por lo que el principal objetivo de una radio universitaria es hacer un producto atractivo, de calidad e interactivo.

Por lo tanto, y a la vista de estas características generales de las emisoras universitarias, consideramos que la UGR debería de contar con una emisora de radio que respondiera a este modelo de radio multimedia a través de Internet por diversos motivos.

El primero de ellos es que la UGR está dentro de las 8 universidades más importantes de España, además, de encontrarse entre las 300-400 primeras universidades del mundo según la edición 2013 del ranking ARWU-Shangai.

Por otro lado, cabe destacar que la UGR tiene una larga experiencia respecto a la ejecución y la coordinación de proyectos de cooperación académica e institucional en programas internacionales, participando en la actualidad, en más de 60 proyectos de cooperación internacional (16 de ellos coordinados por la propia UGR), y en más de 800 programas bilaterales y multilaterales de intercambio con instituciones de todas las partes del mundo. De la misma forma, la UGR goza de reconocimiento internacional por su excelencia investigadora en muchos campos, ya que cuentan con más de 400 grupos de investigación en todos los ámbitos del conocimiento científico, que además, colaboran con otros grupos nacionales e internacionales líderes en su campo. Por tanto, éste es uno de los principales motivos por los que la UGR debería de contar con una radio universitaria que sirva de altavoz para divulgar todo el conocimiento de la universidad, ya que en definitiva, divulgar implica transferir un conocimiento, y para ello es necesaria la comunicación. Y que mejor forma para hacerlo que contar con un medio como éste.

Por otro lado, cabe destacar que la UGR cuenta con un gran número de miembros en su comunidad universitaria, especialmente de estudiantes, que suman un total de 61 381 si contamos Grados, Másteres y Doctorados.

Otro de los temas a tener en cuenta es la justificación de por qué llevar a cabo una radio a través de Internet y no a través de ondas. En primer lugar, hay que mencionar el componente económico, ya que una emisora *on-line* tiene un gasto menor que una emisora tradicional, debido a que se ahorran costes en cuanto a instalación y mantenimiento de antena, reserva del espectro radioeléctrico o mayor facilidad de llegar a dispositivos móviles con co-

nexión a Internet que a los tradicionales transistores. Además, tal y como hemos señalado en estudios afines (Ramos-Ruiz, 2015) “el futuro de la radio pasa por Internet y las posibilidades que éste le ofrece en cuando a producción, distribución y consumo de los espacios radiofónicos.”

En este sentido, podemos señalar el gran desarrollo de los dispositivos electrónicos tanto el ámbito de los ordenadores como de las tabletas y teléfonos móviles de los últimos años. Ligado al desarrollo tecnológico, hay que destacar que uno de los grandes avances ha sido la implantación de Internet y las redes móviles, que han aumentado su potencia tanto desde el punto de vista del mayor acceso geográfico como de la cantidad de datos que se puede manejar. Fundamentalmente, dichas redes han permitido que muchas aplicaciones de los *smartphones* puedan conectarse a Internet y descargar una gran cantidad de contenidos. A continuación mostramos un mapa con la cobertura de 3G en España.

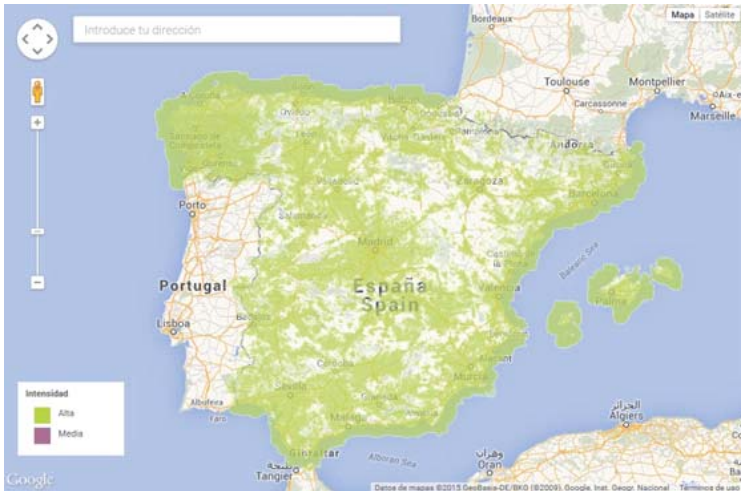


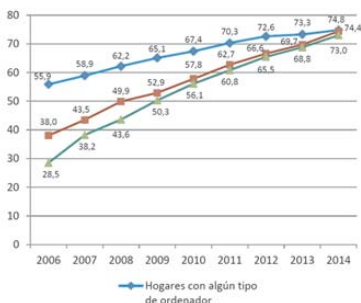
Imagen 1

Fuente: Movistar¹

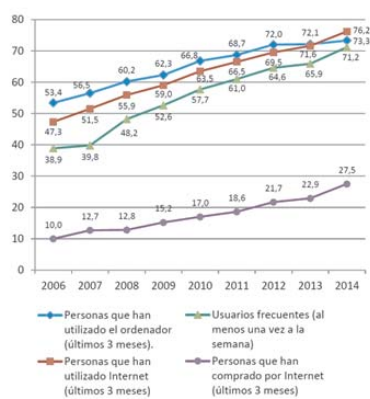
Por lo tanto, como consecuencia del desarrollo tecnológico, podemos afirmar que las nuevas tecnologías cada vez están más presentes en nuestra sociedad. Buen ejemplo de ello es el acceso y uso de dispositivos electrónicos con conexión a Internet en los hogares españoles. En las siguientes gráficas se puede apreciar, por un lado, la evolución en los equipamientos de los hogares españoles en los últimos 8 años. Claramente, se

observa un aumento considerable en el número de ordenadores por vivienda, además de un gran incremento en el acceso a Internet y la banda ancha. Por otro lado, también podemos observar la evolución del uso de las TIC por parte de los usuarios en edades comprendidas entre 16 y 74 años. Como refleja la gráfica, el uso del ordenador ha ido en aumento, llegando a recibir un uso casi diario en la gran mayoría. Del mismo modo, las compras por Internet también se han visto incrementadas en los últimos años, pero a un nivel menor. En definitiva, podemos afirmar que los dispositivos tecnológicos, especialmente el ordenador, se han convertido en un elemento fundamental de nuestra vida.

Evolución del equipamiento TIC en los hogares
Serie homogénea 2006-2014. Total nacional (% de hogares)



Evolución del uso de TIC por las personas de 16 a 74 años
Serie homogénea 2006-2014. Total nacional (% de personas)



Gráfica 1. Fuente: Instituto Nacional de Estadística².

Del mismo modo que hemos analizado el apartado tecnológico y digital, hay que tener en cuenta el consumo de radio por parte de los usuarios, y sobre todo, la plataforma de consumo por la que accede. Podemos afirmar, basándonos en el Estudio general de Medios (EGM), que el consumo de radio a través de Internet está aumentando frente al resto de tipologías de radio, especialmente la FM y la OM que pierden oyentes. De la misma forma, el tiempo de consumo en los últimos años ha disminuido, situándose en una media de 108 minutos en el año 2014. A la vista de estos datos, y como comprobamos en estudios previos, podemos afirmar que “el consumo de radio a través de las vías tradicionales está disminuyendo en favor del consumo a través de nuevas plataformas, especialmente Internet” (Ramos-Ruiz, 2015).

Relacionado con el consumo de radio en Internet, es muy importante tener presente el dispositivo a través del cual se accede a las emisiones *on-line*. Según el estudio realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en el año 2012, el ordenador portátil es el dispositivo que más utilizan los consumidores, con una media de 83 minutos (47,7%), seguido del ordenador de sobremesa, con 50 minutos (28,7%). Por detrás de éstos, estarían el teléfono móvil con conexión a Internet (23 minutos) y la tableta (14 minutos). Estos datos son importantes ya que son muchos los miembros de la comunidad universitaria que poseen alguno de estos dispositivos, por lo que el acceso a las emisiones de la futura radio de la UGR sería muy sencillo.

Por último, y en relación con el lugar de consumo, señalar, que aunque el lugar principal de consumo de radio sea en el hogar con 117 minutos (67,2%), también hay un porcentaje que podríamos considerar elevado de consumo en el trabajo con una media de 44 minutos (25%). Por lo que muchos miembros de la comunidad universitaria, y de fuera de ésta, podrían estar escuchando la radio de la UGR mientras desarrolla su trabajo.

Tabla 1. Elaboración propia a partir de datos del Informe Radio: Tradicional vs Online (AIMC).

LUGAR DE ACCESO A LA RADIO A TRAVÉS DE INTERNET				
	Individuos	%	Minutos	%
Total escuchan radio ayer a través de Internet	3 561	100	174	100
Casa / Hogar	3 085	86,6	117	67,2
Trabajo	854	24,0	44	25,0
Mientras se desplaza	534	15,0	13	7,2
Otro lugar	17	0,5	0	0,2

Fuente: AIMC³

En definitiva, con estos datos podemos afirmar que la UGR necesita una radio que sirva en primer lugar, como medio transmisor del trabajo que se desarrolla dentro de la universidad; y en segundo lugar, como medio de interacción y participación de los diversos miembros de la comunidad universitaria. Además, dicha radio sería *on-line* gracias a las numerosas ventajas que ofrece Internet frente a la radio convencional a través de ondas a nivel de producción, emisión y consumo.

5. UGRADIO: LA RADIO DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

Como se ha podido apreciar en apartados anteriores, y tras el análisis de los datos recopilados, podemos decir que existe en la UGR una necesidad informativa por parte de la institución, que puede solventarse con la creación de un medio capaz de satisfacer dicha necesidad, en este caso, nosotros proponemos una emisora de radio a través de Internet gracias a las numerosas ventajas que ofrece respecto a otros medios de comunicación.

Han sido varias las universidades españolas que han puesto en marcha proyectos similares, algunos a través de ondas y otros a través de la Red, pero todos con la misma finalidad, crear una radio que no sólo sirva de medio de comunicación interno para la comunidad universitaria, sino que actúe de altavoz para el resto de oyentes y/o usuarios que deseen conocer más sobre dicha institución.

Pero poner en marcha una radio en la UGR es un proyecto de gran envergadura. Por lo tanto, nuestra propuesta es la de crear una emisora *on-line*, ya que nos va a permitir ahorrar grandes costos, además, de que va a aportar una gran cantidad de ventajas frente a las emisoras por ondas.

Como cualquier otra empresa que opere por Internet, lo que lo primero que hay que tener en cuenta a la hora de poner en marcha la radio es la creación de una página web en la que se aloje la información principal de la emisora. Esta página web ha de cumplir con dos características fundamentales, la primera de ellas, es que sea atractiva, y la segunda, es que permita una navegación cómoda por parte del usuario. Es importante destacar, que cuando usamos el término “atractiva” para referirnos a la web, no hacemos alusión a que ésta posea un gran número de imágenes, transiciones o efectos visuales, sino que sea muy visual, donde estén claramente identificadas cada una de las partes a simple vista, es decir, que el usuario-oyente localice con rapidez el menú, las noticias, los *podcast*, etc. En relación a esta idea, hay que decir que la navegación dentro de la web ha de ser sencilla y rápida, por lo que el contenido debe de estar debidamente identificado y los diversos elementos han de estar conectados con facilidad. Todo ello va a ser clave para atraer a la audiencia hacia nuestra emisora.

Siguiendo estas líneas principales, nosotros proponemos una posible pantalla principal de la web de la emisora, a la que hemos titulado como UGRadio.



Imagen 2. Captura de pantalla parcial de la Página de Inicio.

Fuente: Página web de elaboración propia.

Otro de los aspectos a tener en cuenta es el número de apartados que van a componer la web de la emisora. Nosotros proponemos 6. En primer lugar, la página de INICIO, que actúa como página principal, ya que va a ser por la que van a entrar la mayoría de los usuarios oyentes. Dicha página ha de ser atractiva y con los elementos claramente diferenciado, entre los que destacan el nombre del medio (UGRadio), el menú de navegación, un apartado para redes sociales (especialmente Twitter), una columna con noticias sobre la Universidad de Granada, así como secciones de enlaces y de contacto con la emisora.

El segundo apartado es el de NOTICIAS. En dicha sección se colgarán las diferentes noticias cubiertas por parte de la radio. Estas noticias tendrán un carácter multimedia y principalmente tratarán sobre temas universitarios, aunque también ampliables a otros campos informativos más allá de la UGR.

En tercer lugar, está el apartado de PROGRAMACIÓN que a su vez se divide en tres subapartados:

- PARRILLA: en la que se da a conocer la parrilla de programación que se emite en directo.
- PROGRAMAS: en la que se detalla y describe cada uno de los programas que se producen y emiten.

- FONOOTECA/PODCASTS: es uno de los apartados más importantes, ya que es donde se van a recoger todos los archivos de audio. Por un lado, están los *podcasts* de los programas que produzca la emisora; y por otro lado, en la fonoteca, donde se archivarán conferencias, discursos, casos magistrales, etc., que aunque muchas de ellas no se emitan, también poseen un valor sonoro-documental. Los primeros podrán descargarse de forma automática gracias a la sindicación de contenidos RSS.

El siguiente apartado es QUIÉNES SOMOS en el que se describe brevemente por qué nace UGRadio, los objetivos y finalidades la emisora y el personal que la compone.

Posteriormente, está el apartado de CONTACTA, a través del cual se publicarán las diversas formas de contacto que pueden usar los usuarios oyentes con la radio (correo, teléfono, dirección, redes sociales, ...).

Y finalmente EN DIRECTO, un apartado en el que se podrá escuchar vía *on-line* y en *streaming* las emisiones de UGRadio.



Imagen 3. Captura del Menú de Navegación.

Fuente: Página web de elaboración propia.

Tras detallar los rasgos principales de UGRadio, ahora procederé a profundizar en algunos aspectos a tener en cuenta de la emisora.

En primer lugar, hay que tener presente que los usuarios oyentes buscan contenidos radiofónico que puedan consumir, habitualmente, de forma gratuita, rápida y desde cualquier lugar. Por tanto, el objetivo de UGRadio es ofrecer una programación variada y de calidad, que cubra las necesidades informativas y de entretenimiento del sector universitario, pero que a su vez, también pueda ser consumida por personas ajenas a la UGR.

En consecuencia, nosotros proponemos la siguiente programación:

- Divulgación científica: este tipo de programas poseerán uno de los formatos más populares en los últimos años en las emisiones radiofónicas, el *magazín* (también conocidos como programas contenedor) ya que engloba en torno a sí distintos tipos de formatos como

entrevistas, reportajes, tertulias, noticias de actualidad, etc. Su principal objetivo es la de servir como altavoz de la UGR para divulgar el conocimiento generado dentro de la institución. Por lo tanto, se cumple con una de las tres funciones principales de la radio: la formación. En este tipo de programas se cuenta especialmente con profesores y alumnos dedicados a la investigación, así como de investigadores vinculados a la UGR.

- Informativos: tradicionalmente, la información ha sido uno de los pilares básicos de la radio, gracias a su inmediatez y a su emisión casi horaria. Por ello, en este apartado se informará de noticias que versen sobre temas de la UGR, aunque también se podrán tratar otros temas externos relacionados con la Universidad. Dentro de este género periodístico se pueden utilizar diversos espacios, todos ellos muy variados (noticiarios, avances informativos, reportajes, etc.). El más frecuente, y de más éxito, son los informativos, que en este caso contarán con periodistas profesionales que se encarguen de la línea editorial y la gestión de la información, mientras que los estudiantes (prácticos y becarios) se encargan principalmente de la elaboración de las noticias.
- Entretenimiento: con este tipo de programas se cubre la tercera función de la radio, después de la formación y la información, que es el entretenimiento. En este caso, los espacios radiofónicos pueden ser muy diversos, desde magazines que contuvieran diferentes apartados, a programas más específicos en algún aspecto cultural como radioteatro (aprovechando la compañía de teatro universitario), programas musicales (para dar difusión a los coros y conjuntos musicales de la UGR o fuera de ella), espacios literarios (con entrevistas a escritores, tertulias literarias o lectura de textos como poemas o cuentos), etc. Por lo tanto, los principales responsables de este tipo de programas serán periodistas, aunque contarán con colaboradores especializados en cada rama como profesores o alumnos.
- Participativos-colaborativos: este tipo de programas son lo más revolucionarios. Consisten en espacios, de diversa índole, elaborados a través de los materiales audiovisuales (imagen, audio, texto, etc.) que los usuarios oyentes envíen a la emisora. Aunque dichos espacios estarán editados por los profesionales de UGRadio, los contenidos los elaborará la audiencia, cumpliendo así con uno de los elementos más importantes de este modelo de radio: la partici-

pación. Una participación que va más allá de las preguntas o las sugerencias, ya que forma parte de la programación del medio.

En relación a la programación, y aunque se ha mencionado sutilmente, hay que definir el personal que va a trabajar en la emisora. Nosotros planteamos tres tipos de profesionales dentro de UGRadio:

- Periodistas con dedicación exclusiva al medio. Al igual que ocurre en cualquier otra emisora, UGRadio debe contar con una serie de profesionales del periodismo dedicados exclusivamente a trabajar en dicho medio. Dichos profesionales se encarguen de la línea editorial, de diseñar la programación, de actuar como tutores de los becarios o prácticos, etc. Dentro de este grupo, los principales trabajadores serán titulados en Periodismo o Comunicación Audiovisual, aunque también habrá que contar con técnicos de sonido, informáticos para el diseño y mantenimiento de la web, así como administrativos encargados de la gestión y el trabajo de oficina.
- Profesores con dedicación parcial. Al ser una radio universitaria, la participación de los profesores en distintos aspectos del medio es muy importante. El profesorado que trabajase en la radio lo hará de forma parcial y con carácter colaborativo, ya que su primera función es la docencia. Sin embargo, es fundamental contar con especialistas en las distintas áreas que se traten en los programas de la emisora, como bien hemos mencionado antes. Hacen falta docentes conocedores de las diversas ramas de conocimiento como son: Ciencias y Ciencias de la Salud (medicina, química, farmacia, etc.), Artes y Humanidades (literatura, cine, pintura, entre otras), así como en Ciencias Jurídicas y Sociales (política, economía o marketing) y Arquitectura e Ingeniería.
- Estudiantes. Aunque no ocupasen los principales puestos de responsabilidad, los estudiantes serán uno de los pilares básicos de la emisora. La mayoría de ellos estará en calidad de becarios o realizando sus prácticas de carrera, por lo que es una oportunidad de ganar formación y experiencia profesional al mismo tiempo. Participarán en la elaboración de noticias y programas, llegando a intervenir en estos últimos. Además, debido a que los estudiantes ocupan el grueso de los miembros de la comunidad universitaria, los que trabajasen en UGRadio podrán ayudar a los responsables de la emisora a identificar nuevas tendencias y gustos radiofónicos por parte del resto del alumnado.

Una vez hemos tratado el apartado de la programación y el personal, es el turno de plantear cómo se va a financiar la emisora. Desde nuestro punto de vista, consideramos que lo más recomendable sería un modelo mixto, en el que la financiación viniese de fondos públicos y privados. Como ocurre con otros entes públicos, el grueso de la financiación de UGRadio provendrá de la UGR y, por lo tanto, estos fondos estarán destinados a la producción y emisión de espacios que cumplan con los objetivos principales marcados por la Universidad. Hablamos de programas de divulgación científica, de espacios que difundan el conocimiento y las artes, que los informativos sean plurales y contribuyan a la formación de una opinión pública, que se fomenten los principios, derechos y valores, etc.

Por otro lado, la financiación puede provenir de fuentes ajenas a la UGR, principalmente de la publicidad. Sin embargo, como UGRadio es una emisora no comercial, la publicidad en ningún momento podrá interrumpir la programación o impedir la consulta de la web en óptimas condiciones, es decir, que la publicidad no puede condicionar la programación. En esta línea, hay que decir que la publicidad que se emita sirve exclusivamente como patrocinadora de espacios radiofónico, y su contenido debe de tener relación con al ámbito universitario, por lo que se evita publicitar ciertos productos y servicios ajenos completamente al mundo académico.

Por otro lado, y aludiendo al aspecto técnico de la emisora, hay que destacar que UGRadio es una emisora de carácter multimedia, y aunque el mayor protagonismo es del sonido, también tienen cabida otros formatos que sirvan para complementar al audio, es decir, que no sólo hay espacios sonoros, sino también videográficos y textuales. Por lo tanto, cuando el usuario oyente accede a la sección dedicada a cada programa dentro de la página web, no sólo encuentra los *podcasts* a los que se puede suscribir a través de los RSS, sino que también accede a otro tipo de documentos multimedia. Por ejemplo, en el caso de programas de divulgación, se pueden elaborar artículos de investigación, documentales sobre el trabajo desarrollado por algún grupo de investigación, galerías de fotos, etc. Como consecuencia de esto, la radio se convierte en un medio más completo, y aunque la gente consume principalmente los archivos de audio, el resto de documentos multimedia sirve para complementar la información principal.

Uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta en la puesta en marcha de un medio es la audiencia. Está claro que sin audiencia no hay medio. Por ello, es muy importante tener presente el carácter interactivo de la emisora, es decir, dar un mayor protagonismo a los oyentes que

en décadas anteriores. En este sentido, Internet y las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter, son claves para que los usuarios oyentes aportaran sus comentarios y documentos audiovisuales a la emisora. Como en cualquier otro medio, conocer a la audiencia es un elemento fundamental para la producción de programas, saber qué es lo que demanda la audiencia para satisfacer sus necesidades es básico. Gracias a estas nuevas formas de comunicación con el público podremos conocer sus opiniones sobre la programación, sugerencias de mejora, qué programas tienes más éxito, etc. De la misma forma, y debido al carácter de difusión de las redes sociales, los comentarios a través de Twitter o Facebook pueden llegar a posibles nuevos usuarios oyentes que a través de la lectura de dichos mensajes pueden mostrar interés por los espacios emitidos por UGRadio. Por eso, es clave mantener activas y en constante actividad las redes sociales.

Para finalizar, y aludiendo al aspecto de difusión, hay que señalar que aunque la página web es el medio de difusión principal de UGRadio, también se puede crear una aplicación móvil (para los diversos sistemas operativos) con el fin de dar una mayor difusión a las emisiones, con el objetivo de que los usuarios oyentes puedan consultar la emisora desde sus dispositivos móviles (*smartphones* o tabletas). Como se ha comentado en apartados anteriores, los dispositivos móviles están aumentando en nuestra sociedad, convirtiéndose en unos aparatos fundamentales en nuestras vidas, ya que pasamos gran parte de nuestro tiempo con ellos. Con la aplicación se pretende acercar las emisiones de UGRadio al público, con el fin de que éste pueda escuchar, tanto los *podcasts* como la emisión en directo mientras se desplazan, y por tanto, sin necesidad de tener su ordenador portátil o de sobremesa. Además, para facilitar el acceso y uso de la aplicación, ésta tendrá unas características similares a la página web, en cuanto a contenido: acceso a programación, consulta de la parrilla, escucha y descarga de *podcasts*, escucha en directo, etc.

A grandes rasgos, esta es la propuesta que planteamos de radio universitaria en la UGR. Un medio que sirva de altavoz para la comunidad universitaria, que tenga un carácter multimedia, en la que el sonido sea el producto principal, que sea participativa e interactiva, donde los miembros de la comunidad universitaria se sientan partícipes de la emisora, y sobre todo, con una programación variada que satisfaga las necesidades de los miembros de la UGR así como que permita el conocimiento de la institución a aquellos que no pertenezcan a la Universidad de Granada.

6. CONCLUSIÓN

Después del análisis realizado anteriormente, podemos concluir que existe un potencial nicho informativo en la UGR debido a las características de la institución en cuanto a número de miembros en la comunidad y a los diversos proyectos de investigación y desarrollo dentro del seno de la institución. Asimismo, es una universidad con gran visibilidad nacional e internacional, por lo que necesita un medio que sirva para difundir todo el conocimiento generado dentro de la UGR.

En segundo lugar, la radio de la UGR (UGRadio) debe de ser, por un lado, multimedia con el fin de divulgar el conocimiento gracias a las distintas vías de la UGR; y por otro lado, ha de ser participativa, con el fin de hacer partícipes del medio a los diversos miembros de la universidad. Todo ello, con el objetivo de dar a conocer la institución tanto dentro de la propia UGR como fuera de ella.

Notas

1. <<http://www.movistar.es/particulares/coberturas/movil/>> (Consultado el 20.08.2015)
2. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2014. Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/np864.pdf>. Consultado el 20.08.2015.
3. Informe Radio: Tradicional vs Online (AIMC) 2012.<http://www.Aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&document&arg=2093&cle=a322ed02db2927cb01983a1ef8d5b2c44ca6898d&file=pdf%2Fimm_radio2012.pdf> (Consultado 20/08/2015).

Referencias Bibliográficas

- ARAYA RIVERA, Carlos. 2009. Radio estudiantil: programas, audiencias y desafíos. **Revista Reflexiones**. Vol. 88. N° 2: pp. 37-44.
- BAEZA FERNÁNDEZ, Isabel y BUSÓN BUESA, Carlos. 2012. “Las plataformas digitales y uso de contenidos audiovisuales. La experiencia de UNED radio, Universidad Nacional de Educación a Distancia” en Espino Narváez, C y Martín Pena, D. (eds.) **Los radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recurso de interacción radiofónica**. pp. 167-184. Editorial UOC. Barcelona (España).

- CAVALLO, Tiziana y GAVIRIA, Guillermo. 2014. Radio universitaria: trabajo en red como imperativo. **Revista de Educación Mediática y TIC (ed-metic)**. Vol. 3. Nº 1: pp. 131-154.
- CUESTA MORENO, Óscar Julián. 2012. Historia de la radio universitaria: estudios de caso de las emisoras LAUD y UN Radio. **Anáfora**. Vol. 20. Nº 34: pp. 97-115.
- DE LORENZO RODRÍGUEZ, Ignacio. 2012. “Microespacios y podcast: una unión perfecta para la difusión. La experiencia de 98.3 Radio, Universidad de Navarra” en Espino Narváez, C y Martín Pena, D. (eds.) **Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recurso de interacción radiofónica**. pp. 185-206. Editorial UOC. Barcelona (España).
- ESPINO NARVÁEZ, Cinta y MARTÍN PENA, Daniel. 2012. “Las TIC y las radios universitarias: hacia una nueva comunicación” en Espino Narváez, C y Martín Pena, D. (eds.) **Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recurso de interacción radiofónica**. pp. 21-34. Editorial UOC. Barcelona (España).
- HERRERA DAMAS, Susana. 2007. La incidencia de Internet sobre la participación de los oyentes en los programas de radio. **Redes.com**. Nº 4: pp. 143-163.
- MARTA LAZO, Carmen y SEGURA ANAYA, Ana. 2012. “Emisoras universitarias españolas en la Web 3.0: programación y contenidos” en Espino Narváez, C y Martín Pena, D. (eds.) **Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recurso de interacción radiofónica**. pp. 103-124. Editorial UOC. Barcelona (España).
- MCCLUNG, Steven; POMPPER, Donnalyn y KINNALLY, William. 2007. The Functions of Radio for Teens; Where Radio Fits Among Youth Media Choices. **Atlantic Journal of Communication**. Vol. 15. Nº 2: pp. 103-119.
- MENDONÇA TEIXEIRA, Marcelo y PERONA PÁEZ, Juan José. 2011. The educational radiophony of university radio: transforming the entertainment in alternatives of teaching-learning. **Razón y Palabra**. Nº 75: pp. 43.
- MERAYO PÉREZ, Arturo y PÉREZ ÁLVAREZ, Carmen. 2001. **La magia radiofónica de las palabras: Aproximación lingüística del mensaje de la radio**. Cervantes. Salamanca (España).
- MORENO, Elsa. 2008. “Programación radiofónica: una nueva perspectiva en el entorno digital” en GÓMEZ, B. y HERNÁNDEZ, S. **La periodística como disciplina universitaria: balance y perspectivas. Estudios de Periodística XIII. Actas de la IV Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística, 20 y 21 de abril, 2007**. pp. 383-395. Ediciones Diario de Navarra. Pamplona (España).

- PERONA PÁEZ, Juan José. 2012. “Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha” en Espino Narváez, C y Martín Pena, D. (eds.) **Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recurso de interacción radiofónica**. Pp. 37-52. Editorial UOC. Barcelona (España).
- RAMOS-RUIZ, Álvaro. 2015. **Radio hertziana vs. Radio en Internet: un análisis comparativo**. *Revista Opción* (En prensa).
- RIBES IGUÀRDIA, Francesc Xabier. 2002. **Las emisoras de radio del estado español en Internet: las bitcasters**. Tesis Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona (España).
- SEGURA ANAYA, Ana. 2014. Divulgación científica en las radios universitarias españolas. **Revista de Educación Mediática y TIC (edmetic)**. Vol. 3. N° 1: pp. 44-60.
- TORAL MADARIAGA, Gotzon y MURELAGA IBARRA Jon. 2007. “Radio en Internet, emisoras personales y nuevas redes emergentes” en C. Peña-fiel Saiz (ed.) **Transformaciones de la radio y la televisión en Europa**. pp. 53-66. Editorial de la Universidad del País Vasco. Bilbao (España).