

**Dra. Paloma CONTRERAS-PULIDO**

Universidad de Huelva. España. paloma.contreras.pulido@gmail.com

**Dr. Ignacio AGUADED**

Universidad de Huelva. España. ignacio@aguaded.es

**Radios universitarias en la encrucijada. El caso de la regulación en Andalucía**

***University radios at the crossroads. The case of regulation in Andalusia***

**Fechas** | Recepción: 12/10/2017 - Revisión: 17/12/2017 - Publicación final: 01/01/2018

**Resumen**

Las universidades son concebidas desde la antigüedad como las instituciones del saber, del futuro, y como potentes herramientas transformadoras de una sociedad, pero para ello deben estar en sinergia constante con la misma, recibiendo, pero sobre todo aportando desde el servicio público todo lo que en ellas se genera. Como puentes de conexión, desde hace 40 años, existen en España radios en algunas universidades. En la actualidad son 26 emisoras las que se aglutinan en la Asociación nacional de Radios Universitarias (ARU). Todas ellas han demostrado, como se relata en este trabajo, esa función de extensión a la ciudadanía y sobre todo de servicio público. Pero han sido numerosos los avatares y las dificultades para ponerlas en marcha o, peor, para mantenerlas con el paso del tiempo. En las páginas siguientes se analizan pero sobre todo se aportan soluciones que, indudablemente pasan por obtener un reconocimiento definitivo en las legislaciones autonómica y estatal. Nos detendremos a estudiar el caso de Andalucía donde está a punto de ser aprobada una nueva ley audiovisual que reconoce a las radios universitarias y escolares como medios de titularidad pública, un hito que marca un antes y un después en la historia de estas emisoras.

**Palabras clave**

Radios universitarias; legislación; Andalucía; servicio público

**Abstract**

*Universities have been conceived since ancient times as institutions of knowledge, the future, and as powerful tools for transforming a society, but to do so, they must be in constant synergy with it, receiving, but above all contributing from the public service, everything that is generated in them. As connection bridges, for the past 40 years, in Spain there have been radios in some universities. At present, 26 stations are grouped together in the National Association of University Radio Stations (ARU). All of them have demonstrated, as is described in this work, this function of extension to citizenship and above all of public service. But there have been numerous ups and downs and difficulties in getting them going or, worse, keeping them going over time. In the following pages we will analyze but above all provide solutions that undoubtedly go through obtaining a definitive recognition in the autonomous and state legislations. We will pause to study the case of Andalusia, where a new audiovisual law is about to be approved that recognizes university and school radio stations as a means of public ownership, a milestone that marks a turning point in the history of these stations.*

**Keywords**

*University Radios; legislation; Andalusia; public service*

## 1. Introducción

Dando respuesta al título de este ensayo, cabe detenerse en la definición que la RAE realiza de la palabra encrucijada para intentar entender mejor la intención de este texto: "Situación difícil en que no se sabe qué conducta seguir" (DRAE, 2014). Esta podría ser, como se podrá comprobar a lo largo de las siguientes líneas, la tónica predominante en la existencia y recorrido de las emisoras universitarias en España en sus 40 años de vida. Y es que, desde sus comienzos -tardíos frente a otros países como en Argentina donde existen desde hace un siglo, o desde los años 60 en Reino Unido o Francia (Cheval, 1997)- este tipo de medios de comunicación han estado marcados por los avatares históricos acaecidos en España y en Europa. Como bien apunta Vázquez (2012: 72) lo anterior se ha podido deber al monopolio sobre los medios de comunicación que ha existido en la mayoría de los países europeos (hasta la última cuarta parte del siglo pasado) así como a las dictaduras vividas en algunos países que no permitieron la apertura y liberalización del mercado audiovisual, como en el caso de España.

Esta encrucijada no solo se ha debido a cuestiones meramente políticas, a las que se vieron sometidos en general cualquier tipo de medio de comunicación que ya estuviera en activo o que iniciara su andadura en esos momentos en nuestro país. A esto habría que añadirle cuestiones que aun hoy permanecen en el imaginario colectivo sobre los medios universitarios en particular: ¿Para qué una radio en la universidad? Y, yendo más allá en algunos casos ¿para qué una radio en una universidad donde no existen estudios de comunicación y por tanto, no es necesario como instrumento de formación de futuros comunicadores? ¿Deben depender de órganos de gobierno de las universidades o por el contrario, deben contar con suficiente independencia y estar al servicio de toda la comunidad universitaria? ¿Qué sucede cuando cambian los equipos rectorales? ¿Cómo deben financiarse entonces? ¿Qué consideración legal deben tener? Estas y otras preguntas tienen difícil respuesta por cuanto aun, en nuestro país, el colectivo de este tipo de medios, los universitarios, todavía necesita permanentemente justificar su existencia, viven avatares constantes para mantenerse y, lo más importante, para poder hacerlo o para seguir creciendo, no cuentan con un respaldo legal en la actual Ley audiovisual española<sup>1</sup> (2010) ya que no se les reconoce y por tanto permanecen en una situación de *alegalidad* permanente. Hasta ahora, como veremos, algunas de estas emisoras se han acogido al epígrafe de medio privado solicitando licencias para ello o han llegado a alianza con medios municipales –en ambos casos no siempre han tenido resultados óptimos-; otras han optado por configurarse como asociación sin ánimo de lucro y convertirse así en un medio comunitario que, de igual forma, aunque sí están reconocidos en esta ley, están abocados a la invisibilidad dada su estricta regulación y la enorme limitación en la emisión de sus producciones. Pero, en este sentido se observan algunos visos de cambio que se tratarán en este artículo como, por ejemplo, que por primera vez en la historia, una comunidad autónoma, la andaluza, recoja en el Proyecto de ley audiovisual- que con fecha de trece de septiembre de dos mil diecisiete ha entrado en el proceso de tramitación en el parlamento<sup>2</sup>- a las emisoras universitarias y de centros docentes no universitarios como medios de titularidad pública. Este hecho que está a punto de ser realidad ha sido gracias a la construcción participativa y colectiva de un texto en donde han participado numerosos agentes sociales, mediáticos y de industrias culturales que ejercen en Andalucía. Gracias al reconocimiento por tanto de los medios universitarios y escolares en esta ley se abren múltiples oportunidades para que aparezcan nuevas emisoras en estas instituciones y, lo que es más relevante, la creación de nuevos espacios de diálogos y de acercamiento de las instituciones educativas a la ciudadanía.

En las siguientes líneas por tanto, reflexionaremos sobre las dificultades y pormenores a los que históricamente se vienen enfrentando las radios universitarias en España e igualmente, se describirá y analizará el texto legal andaluz a punto de ser aprobado y que puede suponer la superación de una de las barreras fundamentales para la creación y el mantenimiento de estos medios de comunicación: su reconocimiento legal.

## 2. Dificultades y pormenores para crear una radio universitaria en España. Breve reseña histórica

Para dar respuesta a este apartado se tratará de esquematizar y clarificar las dificultades principales que han protagonizado la creación de estas emisoras en España, algo que en algunos casos se ha podido solventar pero, que en la mayoría, permanecen y amenazan la creación o subsistencia de las mismas. Destacaremos por ello dos de los motivos más trascendentes: la gestión de las emisoras universitarias y la situación legal de las mismas para su emisión por FM. Pero comenzaremos analizando la que ha sido otra de las cuestiones que, aun pareciendo superada, sigue generando ciertas dudas a la hora de encajar este tipo de medios en la universidad y es el propio concepto de radio universitaria.

## 2.1. El concepto de radios universitarias

La aparición de la radio universitaria en España se remonta a hace 40 años. Para relatarla es necesario primero entender que, incluso hoy mismo, no existe un modelo conceptual que pueda definir a este tipo de medios, es decir, han ido apareciendo atendiendo a la propia idiosincrasia de las mismas instituciones de enseñanza superior que las ha promovido.

Por ello, existen diferentes trabajos científicos en los que data que la primera radio universitaria de España fue la de la Universidad de La Laguna (Tenerife), creada en 1987, (Figalgo, 2009; Marta-Lazo y Segura, 2014.), mientras que otros (Martín-Pena, 2013), apuntan a la radio de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) como la primera. Esta diferencia se debe a que la radio de la UNED era entendida como un recurso que esta universidad pone a disposición de su alumnado para complementar los conocimientos de las materias que cursa. Así, en su propia página web podemos leer "Los programas de radio de la UNED tienen carácter divulgativo y se dirigen a todos los interesados en ampliar su formación en el ámbito de la educación permanente, sin descuidar el apoyo al estudiante y a la comunidad universitaria. La UNED difunde su producción en Canal Uned y en tres cadenas de Radio Nacional de España"<sup>13</sup> (Web UNED, 2017). Pero sin embargo, esta universidad sí que es reconocida como radio universitaria perteneciendo así a la Asociación de Radios Universitarias de España, fundada en Madrid en 2011<sup>14</sup>.

Como podemos observar entonces, la propia referencia a la que fue la primera emisora creada en España viene marcada por la falta de definición del propio concepto de radio universitaria, algo que en los últimos años se ha venido diluyendo por aceptar, a nivel colectivo, las diferencias naturales que deben existir entre ellas.

Por otro lado en los últimos tiempos han aparecido solicitudes para pertenecer a la Asociación Nacional de Radios Universitarias (ARU) por parte de colectivos específicos universitarios, véase, grupos de investigación, fundaciones, etc. (Universidad de Cádiz, Universidad de Nebrija, etc.) algo que sin embargo se sigue debatiendo y estudiando en el seno de la asociación, ya que el Convenio Marco que suscribieron en 2010 dieciséis universidades<sup>5</sup> y al que se adscriben aquellas emisoras que van apareciendo (y ya van un total de 26 siendo la última que se ha incorporado la Universidad de Sevilla) llevan la firma del rector/a de la universidad que la acoge, por lo que parece en principio contradictorio que dicho convenio pudiera ser refrendado por el miembro de algún grupo de investigación o fundación sin el beneplácito (firma) del correspondiente rector/a de su universidad. Pero, hasta esta cuestión podemos afirmar que es intrínseca a la propia naturaleza de las universidades, instituciones muy jerarquizadas y monolíticas en muchos casos pero que, sin duda también, han venido adaptándose o lo tendrán que hacer a los requerimientos que los cambios en la sociedad se vienen produciendo de manera vertiginosa.

A continuación se puede observar en el siguiente mapa de España las radios universitarias que pertenecen a la ARU, una imagen que permanece en constante cambio debido a la proliferación en los últimos tiempos de este tipo de medios en las universidades españolas.

Figura 1: Mapa de las radios universitarias españolas de ARU



Fuente: Elaboración propia

Con lo anteriormente expuesto, podemos apuntar que, como primer problema al que aludimos, es el conceptual que deriva directamente en el de quién debe representar a este tipo de medios. Cabe apuntar, para terminar este apartado que, tal y como recoge Fidalgo (2011) ya en el primer encuentro Estatal de Radios Universitarias que tuvo lugar en la Universidad de León en 2003 (por aquel entonces la universidad que contaba con una radio que fue todo un modelo de participación, con más de 250 alumnos pasando por sus estudios, y de impulso para lo que hoy en día es la asociación estatal de radios universitarias) se trató como uno de los puntos principales "la definición del concepto de radio universitaria, sus diferentes formas de puesta en marcha, con importancia del asociacionismo, así como aspectos de administración y gestión radiofónica [...]" (Fidalgo (2011: 122) con lo que efectivamente, es entendible que para dar verdadero empaque a estas emisoras hay que terminar por detenerse en el propio concepto que las debe definir.

## 2.2. Gestión y dirección del medio

Aludiendo de nuevo al relato que Fidalgo (2011) realiza sobre los distintos encuentros iniciales que conformaron la que hoy en día es la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU), podemos observar como este, el de quién debe gestionar el medio en las universidades, ha sido uno de los debates más recurrentes. Por ello destacaremos aquí los acontecimientos más destacados en este sentido y que han afectado a algunas de las emisoras españolas, como la de la Universidad de la Laguna, la de León, la de la Universidad Complutense de Madrid o la de Huelva. En el caso de la primera de ellas, la de la Universidad de La Laguna (Tenerife) se gestó por la iniciativa de estudiantes del Colegio Mayor Universitario San Fernando que, con los pocos medios que tenían a su alcance, comenzaron a emitir desde las duchas de dicha institución, dándole, en primera instancia, el nombre de Radio San Fernando y emitiendo desde FM en el 104.4 del dial (Martín-Pena & Contreras-Pulido, 2014: 91). Pero, aunque sería complicado resumir casi 30 años de existencia de esta emisora, sí podemos afirmar que, uno de los mayores problemas con los que ha contado ha sido precisamente llegar a imbricar qué papel deben tener los estudiantes y cuál el equipo de dirección de la universidad. Esto ha supuesto que existieran años de vacío de emisión hasta que hoy por hoy es el Vicerrectorado de extensión universitaria el responsable de gestionar Radio Campus, que así se vino a llamar esta emisora, es decir, depende directamente de los órganos de gobierno de la Universidad de La Laguna (Martín-Pena, 2015: 127).

Uno de los casos más flagrantes en cuanto a las dificultades de subsistencia por la falta de diálogo entre gestores es el de la Universidad Complutense de Madrid. Como bien apunta Martín-Pena (2015: 126) tras el nacimiento y su continuidad en los primeros años gracias a su vinculación con el extinto Instituto Universitario de Comunicación Radiofónica y con el objetivo de formar a estudiantes en este campo gracias a la colaboración de profesionales vinculados a RNE, esta emisora pasó posteriormente a estar gestionada por el colectivo de estudiantes Altavoz. Pero, aunque fue brillante esta etapa, en el año 2009 tuvo lugar uno de los acontecimientos más determinantes ya que se llevó a cabo su cierre sin previo aviso y después de una elecciones rectorales "en las que surgieron diferencias sobre la forma de gestión de la emisora entre el director de radio, José Augusto Ventín y el Rector electo, Carlos Berzosa, así como con el Decano de la Facultad de Ciencias de la Información, Francisco José Davara" (Vázquez 2012: 95). Posteriormente la radio retomó sus emisiones, dependiendo de la Facultad de Comunicación y, por ahora, con el beneplácito del actual equipo de gobierno de la universidad. Aunque los cambios en la dirección y gestión se vienen sucediendo por decisiones finalmente políticas o justificadas exclusivamente por "necesidades docentes" ya que esta emisora sí que nace con el objetivo de formar a futuros comunicadores y está entroncada en las prácticas regladas de los planes de estudios de los grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Otro caso fue el de la radio de la Universidad de León que nace en el curso 1999/2000 y cuyos antecedentes se remontan a 1995 cuando la asociación estudiantil Ondas, promueve la creación de la emisora y se van dando los primeros pasos. Esta radio se ha caracterizado por ser precisamente eso, un proyecto impulsado y gestionado por una asociación sin ánimo de lucro creada por los estudiantes. En sus primeros años esto no supuso mayor impedimento y se contó con el apoyo del rectorado, hasta el punto de ser la primera de las emisoras europeas con contar con cobertura provincial. Pero diversos avatares acaecidos, entre otras cuestiones por los naturales cambios de gobierno en la universidad y opiniones y posturas contrapuestas entre los estudiantes que la gestionaban y la institución, hizo que los primeros diesen un paso atrás y que hoy por hoy la radio universitaria de León dependa únicamente de la propia universidad.

Por último nos detendremos en la que es la primera emisora universitaria de Andalucía, UniRadio, de la Universidad de Huelva. Tras ella se han creado tres: UniRadio Jaén (a la que la de Huelva cedió su nombre y su marca de manera solidaria), Radio Universidad de Almería y la de la Universidad de Sevilla que está

a punto de estrenar emisiones. La radio en la Universidad de Huelva se gesta en el año 2003, cuando se comienza a desarrollar la idea e incluso se pone en marcha de manera austera, con el objetivo de que sea una herramienta de educomunicación. Se acuden a varios encuentros estatales de emisoras y se realizan las primeras emisiones. Pero, al cabo de muy poco tiempo, meses, reciben una carta con la orden de cierre de la misma por parte del entonces rector de la Universidad de Huelva, Antonio Ramírez de Verger. No sería ya hasta 2006, cuando un nuevo equipo rectoral comienza a dirigir la universidad, y es entonces cuando se pone de nuevo en marcha la idea de retomar y crear definitivamente la que es hoy la radio de la Onubense. Durante más de cinco años esta emisora marcó hitos importantísimos en la historia de las emisoras universitarias de España. Se configura de manera muy parecida a la de León, siendo gestionada por una asociación sin ánimo de lucro, aunque también siendo reconocida por los estatutos de la propia Universidad de Huelva que aprueba sus normas de funcionamiento en Consejo de Gobierno. Fue una de las emisoras fundadora de la Asociación Nacional de Radios Universitarias y sirvió como ejemplo de por qué sí está justificado la creación de este tipo de medios en universidades donde no existen estudios de comunicación, como en Huelva. Más de 150 personas (estudiantes, profesorado y personal de administración y servicios de la UHU) pasaban cada semana por los estudios y se ha caracterizado por el enorme impacto social que ha tenido en la comunidad onubense, siendo el medio al que han acudido colectivos de todo tipo para tener voz. Con más de 15 premios en su haber, sin duda, es una de las radios universitarias referentes en el país. Pero de nuevo tuvo que ser un cambio de gobierno rectoral el que empañe esta trayectoria. Bajo el mandato de Francisco Ruíz (2013-2017) la radio de la Universidad de Huelva se vio abocada a la invisibilidad por la falta de apoyo y el acoso constante que hizo que se replanteara seriamente su continuidad. Gracias a la labor desinteresada de los miembros de la Asociación Radio Universitaria de Huelva la emisora permaneció abierta durante los cuatro años de su mandato pero perdiendo impacto, masa crítica y participación de la comunidad universitaria y de la sociedad. En el verano de 2017 ha tomado posesión un nuevo equipo liderado por la rectora M. Antonia Peña que pretende de nuevo impulsarla.

Se ha querido destacar aquí tan solo alguno de los ejemplos más flagantes de por qué este tipo de medios permanecen en constante encrucijada. Como se puede observar, sin duda, son las propias instituciones que los acogen y sus devaneos políticos los que amenazan la permanencia de las mismas, aun estando justificadas su vocación de servicio público y su impacto educativo y social.

Pero entonces ¿qué solución se podría aportar para que este problema se aminore o no sea una permanente amenaza para la continuidad de las radios universitarias? Podríamos afirmar que, quizás, uno de los mayores acicates sería que las propias instituciones universitarias pudieran acogerse a una licencia de emisión otorgada por los órganos competentes (regionales y posteriormente estatales). Para ello las comunidades autónomas deberían recoger en su legislación la existencia de estos medios, reconocerlos como medios de titularidad pública, y que así llegaran a obtener una cobertura legal total. No queremos decir con esto que los problemas de dirección, gestión, de ubicación en el contexto de la universidad, etc. se vayan a solucionar, pero desde luego, podría suponer un mayor blindaje para la continuidad de estos medios en sus universidades, al ser estas las que, al recibir favorablemente una licencia, se comprometen al mantenimiento de sus radios.

Veremos a continuación el caso de Andalucía, donde precisamente se acaba de proponer una nueva Ley Audiovisual y en ella, efectivamente, se reconocen a los medios universitarios y escolares como de titularidad pública.

### **3. Legalidad, alegalidad o ilegalidad de las radios universitarias en España. El caso de la nueva ley audiovisual en Andalucía**

Atendiendo a la propia evolución histórica de las emisoras podemos decir que en su nacimiento los principales problemas fueron la obtención de una licencia legal para poder emitir así como el coste elevado de mantenimiento (Marta-Lazo & Segura, 2014: 101). Estos problemas son los mismos que se presentan hoy día, aunque en el caso del segundo, se ha visto aminorado gracias a la irrupción de Internet y la convergencia mediática, ofreciendo la posibilidad de creación de un gran número de radios universitarias que existen en la actualidad en España pero que mayoritariamente usan el servicio de podcast o streaming para emitir. La mayoría, obvian la oportunidad de hacerlo por onda hercianas dada su invisibilidad en la actual Ley Audiovisual española (2010) que no las reconoce como ya se apuntó. Esto, sin duda, ha sido otro de los argumentos para muchos equipos de gobiernos de universidades que han descartado la creación de una radio en su institución porque, aunque sin duda la emisión de radio por Internet es hoy día uno de los más grandes acicates para este medio, la emisión por FM se sigue viendo como un fuerte potencial dado que le aporta mayor status y visibilidad en la comunidad, ciudad o región donde emiten. Pareciera que, si una radio emite por FM (además de Internet), entonces sí es más medio

de comunicación que si lo hace solo por la red. Por tanto, este puede ser otro de los argumentos que han de ser tenidos en cuenta a la hora de hablar de las dificultades para crear una radio universitaria en España en la actualidad.

La única vía que han encontrado algunas de ellas para poder emitir de forma legal o casi legal por FM es configurándose como asociación privada sin ánimo de lucro y acogiendo al epígrafe de medio comunitario que sí están reconocidos en la Ley estatal de 2010. Estos son los casos de emisoras como la de Huelva o la de Jaén. Si nos detenemos a observar qué tipo de descripción y derechos tienen estos medios en la actual Ley Audiovisual de España podemos leer en su art. 32 que "Las entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro podrán prestar servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro para atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo. En todo caso, dichos contenidos se emitirán en abierto y sin ningún tipo de comunicación audiovisual comercial". Por otro lado se apunta, sobre todo incidiendo en su aspecto no comercial, que dichas emisoras no podrán tener un gasto anual superior a 50.000 euros. Además, el reglamento técnico que los regula establece una potencia de 5w para poblaciones de más de 100.000 habitantes (lo que supone un alcance de 1 km), y 1w para las más pequeñas debido a la saturación del actual espectro de radiofrecuencias, lo cual les permitiría llegar sólo al 20% de la población del término municipal desde el que emitan. Podemos observar pues que, aun habiéndose incorporado por primera vez este tipo de medios en la una ley audiovisual en España no existe una verdadera apuesta institucional porque tengan verdaderamente un espacio suficiente para poder ejercer la función que en esta misma norma se describe: "atender a necesidades sociales, culturales y de apoyo a los colectivos más desfavorecidos" (Ley audiovisual, 2010).

Pero ¿se pueden equiparar a las emisoras universitarias como medios comunitarios? El tiempo ha demostrado que no. Para ello en el seno de las universidades (de titularidad pública) deberían crearse asociaciones privadas sin ánimo de lucro que serían las que optarían a esa licencia. Algo que acarrea o podría acarrear numerosos problemas que se sumarían a los ya relatados en el primer epígrafe de este punto e igualmente sería diluir la verdadera esencia de estos medios. La reivindicación por parte de las radios universitarias en España es la de que en la ley se les reconozca como tal y que tengan carácter público por pertenecer a una institución de estas características, y donde la licencia finalmente sea concedida a la propia universidad. Esto además supondría el blindaje de estos medios para que se aminoren las amenazas permanentes de subsistencia por los cambios de equipos rectorales en su seno. Finalmente, antes de la aprobación en 2010 de esta ley, varias emisoras nacionales, encabezadas por UniRadio Huelva presentaron alegaciones a la norma solicitando la inclusión en ella de estos medios, pero definitivamente no fueron aprobadas.

Durante estos últimos siete años la situación ha seguido sin ningún tipo de cambios. Sí que se puede destacar que en 2012, el Parlamento de Andalucía, aprobó la Proposición no de Ley en Comisión 9-12/PNLC-000149, relativa a abrir un debate sobre medidas de ordenación e impulso del sector audiovisual de Andalucía, en la que se instaba al Consejo de Gobierno a impulsar la redacción del proyecto de Ley Audiovisual de Andalucía. A finales de 2013 se constituyó la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual en Andalucía (MOISA), que contó con una amplísima representación del mismo: "desde las Administraciones públicas concernidas, a productoras, profesionales del sector audiovisual, empresas exhibidoras, sector publicitario, personas prestadoras de servicios de comunicación audiovisual de radio y televisión públicas, comunitarias sin ánimo de lucro y comerciales privados, representantes del sector TIC, empresas gestoras de infraestructuras, universidades, empresas y personas instaladoras y, por supuesto, personas usuarias de los servicios audiovisuales, con especial mención a colectivos como el de las personas con discapacidad o menores, además del conjunto de asociaciones representativas con implicación en el sector audiovisual andaluz" (Proyecto ley Audiovisual Andalucía, 2017: 1). A esta mesa fue invitado el Foro Andaluz de educación, comunicación y ciudadanía<sup>6</sup>, donde se aglutinan medios comunitarios, colectivos sociales, sindicato de periodistas, el Grupo Comunicar<sup>7</sup> y UniRadio, la radio de la Universidad de Huelva.

Lo apuntado anteriormente fue determinante para que en las distintas reuniones que se produjeron con la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía y los distintos agentes del sector se empezara a hablar de las radios universitarias y escolares en Andalucía (el que se incluyeran también a los medios de centros escolares fue otra de las reivindicaciones encabezadas por la representación de las radios universitarias). Se aportaron argumentos legales, históricos, con datos de los beneficios que estos medios realizan a la sociedad y poco a poco se fueron introduciendo espacios de reconocimiento a los mismos.

A continuación se destacarán algunos de los aspectos más importantes de esta Ley y que atañen a las emisoras universitarias. Una ley que está dividida en un Título Preliminar y seis títulos, y se desarrolla a lo

largo de setenta y cuatro artículos, una disposición adicional, tres disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y ocho finales y que en el momento de la redacción de este trabajo está en pleno debate en el Parlamento Andaluz.

### 3.1. Las radios universitarias y escolares son medios de titularidad pública

Antes de centrarnos en los aspectos más específicos de la ley en cuanto a las radios universitarias merece la pena detenerse en aquellos que tienen que ver con otros que tradicionalmente han sido objeto de trabajo y reivindicación de los medios educativos como la participación de la ciudadanía y la alfabetización mediática. Consideramos que estos, junto con el imparable nacimiento de medios en el seno de las universidades, han sido también motivos que han argumentado el porqué definitivamente una ley audiovisual en España, o en este caso, en Andalucía, debería recogerlos y regularlos.

Y es que, tanto la participación ciudadana como la alfabetización mediática aparecen ya en los Principios inspiradores de la Ley, junto con la inclusión de la perspectiva de género, por ejemplo, o la garantía de accesibilidad universal a los servicios de comunicación audiovisual. El respeto a los derechos impregna todo el texto de la norma y entre ellos destaca la participación de la ciudadanía, incluso como garante del cumplimiento de esta ley. Por ello se crea por primera vez el denominado "Consejo de Participación Audiovisual de Andalucía" en el que estarán representados miembros de colectivos que visibilicen la realidad social y la diversidad andaluza.

Por otro lado está la inclusión de medidas de alfabetización mediática para la ciudadanía, una reivindicación exigida desde hace años a nivel nacional e internacional por el Grupo Comunicar y a nivel regional por éste y por el Foro de Comunicación, educación y ciudadanía andaluz y en el que están representadas las emisoras universitarias como ya se apuntó. Estas medidas aparecen recogidas en el Artículo 10. de esta ley con el siguiente epígrafe "Derecho a la alfabetización mediática e informacional con carácter coeducativo". Para ello el texto apunta lo siguiente:

1. Se reconoce el derecho de las personas a la alfabetización mediática e informacional como instrumento para aumentar, entre otras, las capacidades críticas de la ciudadanía, herramienta de acceso equitativo a la información y al conocimiento, así como instrumento para contribuir al mantenimiento de medios de comunicación y sistemas de información libres, independientes y pluralistas.
2. La ciudadanía andaluza tiene derecho a adquirir los conocimientos necesarios que coadyuven tanto a la formación de juicios críticos como a la adquisición de habilidades para un consumo responsable y una generación creativa de contenidos audiovisuales.
3. A tal efecto, la Administración de la Junta de Andalucía elaborará las estrategias necesarias, incluyendo su incorporación en los contenidos curriculares de las distintas etapas educativas en Andalucía (Art. 10 Ley Audiovisual Andalucía, 2017).

Por tanto, se viene a refrendar, tal y como afirman Contreras-Pulido y Aguaded (2012: 43) que "una comunicación verdaderamente ética debería basarse en la participación de toda la ciudadanía. Abrir cauces de expresión libre y de conocimiento de la dinámica de los medios de comunicación, a través de una eficaz alfabetización mediática, puede suponer la creación de medios verdaderamente transformadores de una sociedad cada vez más anestesiada y adormecida". Con estas medidas, exigidas por ley a todo el sector audiovisual andaluz se espera conseguir por tanto y de manera concreta, acciones encaminadas a esta formación ciudadana y a su participación y que en los medios universitarios han encontrado cabida de manera histórica.

Todos los argumentos esgrimidos en los párrafos anteriores -y muchos otros que pueden ser estudiados en la poco a poco profusa literatura científica centrada en las radios universitarias (Aguaded Gómez & Contreras-Pulido, 2011; Contreras-Pulido y Aguaded, 2012; Fidalgo, 2011; Martín Pena, 2013; Ortíz Sobrino, 2012; Casajús, 2014; Pinto, 2015; Vázquez, 2012)- así como la relevancia alcanzada en Andalucía por estos medios en los últimos años, han hecho que ya sea obvio que éstos debían ser regulados, pero sobre todo visibilizados en el sector audiovisual.

Y así ha sido, y como Medios de titularidad pública, tal y como se apunta en el Título V que se dedica a los servicios de comunicación audiovisual, y se divide en tres capítulos en los que exponen "los criterios conformadores del sector audiovisual andaluz. El primero de los capítulos se dedica al servicio público audiovisual en Andalucía, definiendo su alcance, la forma de gestión -que será directa-, los fines de las personas prestadoras del servicio público audiovisual y los mecanismos de control, las medidas financieras que garanticen una financiación pública sostenible y estable, y contempla la prestación del servicio

público de comunicación audiovisual, en sus diversas modalidades, autonómico, local y por parte de Universidades Públicas andaluzas, así como de centros docentes públicos no universitarios".

En el artículo 37 de esta ley se recogen los fines de las personas prestadoras del servicio público audiovisual que son:

1. Contribuir a la formación y al conocimiento de una opinión pública plural, equitativa, crítica y participativa, así como fomentar el debate de la realidad entre las personas que actúan como actores sociales.
2. Favorecer el emprendimiento, el talento y la creatividad, contribuyendo a la educación permanente de la ciudadanía.
3. Atender mediante su programación a los sectores más amplios y diversos de la audiencia, con una atención especial a los colectivos más vulnerables, promoviendo el intercambio y la mediación, respetando asimismo el principio de transversalidad de género.
4. Emitir contenidos audiovisuales, comerciales o no, que promuevan de forma activa la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.
5. Divulgar entre la ciudadanía los principales acontecimientos sociales, educativos, científicos, políticos y económicos de la sociedad, así como sus raíces históricas.
6. Contribuir al desarrollo de la producción cultural como motor de empleo, de las distintas manifestaciones culturales andaluzas, especialmente las audiovisuales, la promoción de la creación audiovisual y de nuevas formas de expresión en este ámbito.
7. Promocionar la sociedad del conocimiento utilizando las distintas tecnologías y vías de difusión y los servicios interactivos, desarrollando nuevos servicios y favoreciendo el acercamiento de la Administración Pública andaluza a la ciudadanía.

En cuanto a quién velará porque estos principios se cumplan en el ámbito de los medios educativos, en las universidades corresponderá a los Consejos Sociales de las Universidades y a los Consejos escolares en el caso de los centros educativos. En este sentido de nuevo se puede observar la intención de esta ley de hacer partícipe a la sociedad para que sea la garante de que va a recibir un servicio de comunicación democrático, plural y de verdadero servicio público. Ciertamente es que, desde nuestra opinión, hará falta dotar a estos consejos de instrumentos necesarios para ejercer el papel que se les otorga. Para empezar información y formación en este sentido porque entonces de nada servirá que la Ley les dote de estas funciones si son absolutamente ajenos en muchos casos hasta de la existencia de estos medios en los centros educativos.

Por último, y no por ello menos importante, nos detendremos a valorar cómo esta ley determina las medidas financieras de este servicio público de comunicación audiovisual (art. 40). Se establece que "La financiación pública no podrá sostener actividades ni contenidos ajenos al cumplimiento de la función de servicio público y estará sujeta a lo establecido en la legislación básica". Por ello, para asignar fondos públicos para el funcionamiento de estos medios se tendrá en cuenta sobre todo que se cumplan los principios inspiradores de la presente ley.

Siguiendo con el apartado dedicado a la financiación en la norma también se indica que "La prestación de este servicio público tiene prohibida la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales. No obstante, podrá recibir contribuciones de instituciones, empresas o fundaciones a la producción de obras audiovisuales, programas de radio, televisión o contenidos digitales de temática cultural, social o de promoción del deporte, como expresión de su responsabilidad social corporativa". Pero sobre todo, algo que puede ser determinante para los medios universitarios y escolares es el que también dependerá su financiación a través de este fondo público de los estudios de audiencia locales y los de la evaluación de la responsabilidad social. Con respecto a lo segundo no cabe mayor inquietud puesto que es la base sobre la que se fundamentan estos medios, pero en cuanto a los estudios de audiencia, esto debe ser planteado y planificado en el seno de las instituciones educativas. Hasta ahora, y teniendo en cuenta la prohibición de emitir publicidad comercial para estos medios, algo que, por cierto, sigue vigente en la actual ley, no ha sido una de las prioridades ni preocupaciones por parte de las emisoras universitarias y escolares. Esto no quiere decir que no sea importante llegar a cuanto más público mejor, obviamente, pero generalmente no se ha querido que esto sea una premisa a tener en cuenta para dejar, quitar o poner en marcha un programa u otro en función de su audiencia, ya que el objetivo que subyace en estos medios es la participación, la visibilización de colectivos poco visibles e incluso la experimentación y formación de los participantes y de las audiencias. Ciertamente es que el hecho de incorporar las emisiones a través de Internet, en las páginas webs, blogs y redes sociales o con los servicios de podcast de estos



medios se puede intuir el impacto que tienen, pero algo muy diferente sería el estudio de audiencias a través de ondas métricas (FM). Es sin duda otro de los retos que deben afrontar los medios educativos y que marca esta ley.

Para finalizar con este análisis de la Ley, destacamos el artículo 46 cuyo epígrafe es "Los servicios públicos de las Universidades y de centros docentes no universitarios" y que aparece en la Sección 2ª: Modalidades de la prestación del servicio, donde se apunta que han de ser los Órganos de gobierno de las instituciones las que solicitaran a la Administración de la Junta de Andalucía "la emisión en abierto de canales temáticos educativos y de divulgación cultural a las Universidades Públicas andaluzas, así como a Centros docentes públicos no universitarios". También es necesario apuntar que como Disposición transitoria tercera aparece un último apunte referido en este caso a la prestación del servicio televisivo por Universidades Públicas andaluzas y Centros docentes públicos no universitarios y se afirma que "hasta tanto no se desarrolle reglamentariamente un procedimiento específico para la prestación del servicio televisivo por el órgano directivo con competencias en materia de medios de comunicación social, las Universidades Públicas andaluzas, así como a Centros docentes públicos no universitarios se limitarán a la prestación del servicio público radiofónico". Sería por tanto un paso más en la dotación de estas instituciones educativas de una herramienta de acercamiento y participación ciudadana. Algo que requerirá no solo de un tiempo para elaborar su reglamento, que en la ley se afirma que debe estar redactado en el plazo de dieciocho meses a contar desde la entrada en vigor de la presente Ley, sino de la predisposición por parte de universidades y centros escolares de los recursos humanos y técnicos para su creación.

#### **4. Discusión y conclusiones finales**

A lo largo de estas páginas se ha intentado reflexionar, aportar y revisar los argumentos basados en hechos que han dado lugar a la creación de las radios universitarias en España y, sobre todo, se ha intentado mostrar ejemplos de las dificultades que tiene impulsar este tipo de medios en nuestro país. A diferencia de otros, como los latinoamericanos o algunos europeos, en España sigue siendo una asignatura pendiente considerar la importancia, o simplemente, la propia existencia de los mismos. A lo largo de estos últimos años se han dado pasos muy importantes. Uno de ellos es sin duda la conformación de una red de radios universitarias (ARU) que le ha otorgado cierto estatus y posicionamiento a nivel estatal. Como ejemplo podríamos decir que desde hace dos años las radios universitarias están reconocidas por la Conferencia de Rectores de la Universidades de España (CRUE), participando en los equipos de trabajo vinculados a la comunicación de esta institución. Un paso importante sin duda para argumentar de nuevo la relevancia de estas emisoras.

Todo esto es un acicate pero, como hemos podido analizar, los mayores problemas emergen en el propio seno de las universidades que las acogen. Se presenta como una ardua tarea convencer a estas instituciones del gran revulsivo que puede suponer tener este tipo de medios. Desde la participación, la extensión a la sociedad, el impulso cultural, la difusión del emprendimiento y, como elemento muy promotor, la fundamental función de medios de divulgación científica. Esto último es, sin duda, una de las actividades que en los últimos años ha supuesto un enorme dinamismo en este tipo de emisoras. Uno de los mejores ejemplos de ello es el de Onda Campus, de la Universidad de Extremadura, que ha sabido imbricarse en la Unidad de Cultura Científica, favoreciendo su mantenimiento económico gracias a la fuente de financiación de instituciones como la FECYT. Y es que si uno de los argumentos más comprometedores para la creación o mantenimiento de estas emisoras es el de la financiación, existen numerosas posibilidades para que estas lo logren en gran parte gracias a la inversión de fondos externos a las universidades, como en el caso de la divulgación científica.

Todos estos argumentos, entre otros, pueden ser la respuesta ante la duda o la negación a crear o mantener una radio universitaria. Pero, quizás, el que puede llegar a ser definitivo es el de tener la posibilidad de contar con este medio de forma absolutamente legal y reconocida en las universidades. Puede servir como ejemplo para futuras legislaciones la que está a punto de ponerse en marcha en Andalucía y que, como hemos descrito, ha terminado reconociendo a estos medios que desde 2003, con UniRadio Huelva a la cabeza, vienen ejerciendo su labor de servicio público en universidades andaluzas. Esta ley andaluza viene a demostrar, frente a la Ley Audiovisual de ámbito estatal (2010) que es posible (y de justicia, apuntaríamos nosotros) incluir otro tipo de medios como los universitarios y escolares en ella, ya que si no se estaría invisibilizando una realidad que es patente en nuestro país y que sin embargo por omisión o por desconocimiento no se hace. En estos años, como hemos relatado, se han tejido los mimbres para que, de una vez, las radios universitarias tengan su espacio en el espacio radioeléctrico español como cualquier otro medio, y que su encaje más óptimo es el de la Titularidad pública, por emerger en el seno de instituciones que tienen este carácter pero sobre todo por su función de servicio público y su falta

de ánimo de lucro, algo que no puede justificarse dentro del concepto de Medios comunitarios, que sí son reconocidos en la Ley Estatal pero en el que no tendrían cabida los universitarios por no corresponderse con las características asignadas a estos (medios privados sin ánimo de lucro).

Finalmente, con este texto, más que querer ofrecer una visión pesimista de la historia y el futuro de las radios universitarias en España, se ha pretendido exponer su realidad y aportar, con el repaso a la trayectoria de alguna de ellas y los avances en la legislación, un discurso esperanzador, constructivo y de coraje tanto para las instituciones universitarias como para las competentes en el marco legislativo. Son 40 años de existencia de estos medios en España y ya no cabe duda de que están y lo hacen para quedarse.

## 5. Referencias bibliográficas

- [1] Aguaded Gómez, J. I. y Contreras-Pulido, P. (Coords.) (2011). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. A Coruña: Netbiblo.
- [2] Casajús, L. (2014) *Radios universitarias y redes sociales. Análisis de la gestión de contenidos de la radio universitaria española en las redes sociales*. Universitat Jaume I de Castellón: España. <http://dx.doi.org/10.6035/14021.2015.228432>
- [3] Cheval, J. J. (1997). *Les Radios en France. Histoire, état et enjeux*. Col. *Médias et Nouvelles Technologies*. Rennes: Apogée.
- [4] Contreras Pulido, P. y Aguaded Gómez, J. I. (2012). Las radios universitarias como medios de comunicación alternativos al servicio de la ciudadanía. En J. C. Suárez Villegas (Ed.), *La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI: I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, libro de actas* (pp. 404-416). Sevilla: Universidad de Sevilla. Disponible en <https://goo.gl/wbaxRz>
- [5] Fidalgo, D. (2011). Las primeras reuniones sectoriales de las radios universitarias españolas como nexo de unión en la primera década del siglo XXI. En J. I. Aguaded y P. Contreras (Coords.), *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* (pp. 119-128). A Coruña: Netbiblo.
- [6] Fidalgo Díez, D. (2009). Las radios universitarias en España: Transformación al mundo digital. *Telos*, 80, 124-137. Disponible en <https://goo.gl/DhYuqK>
- [7] Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Madrid: España. Disponible en <https://goo.gl/cqc8sq>
- [8] Marta-Lazo, C. y Segura, A. (2014). Despliegue de la radio universitaria española. En D. Martín-Pena y M. A. Ortiz Sobrino (Eds.), *Las Radios Universitarias en América y Europa* (pp. 101-115). Madrid: Fragua.
- [9] Martín-Pena, D.; Contreras-Pulido, P. y Aguaded-Gómez, J. I. (2015). Programación, publicidad y responsabilidad social en las radios universitarias españolas. *Observatorio (OBS\*)*, 9(4), 141-157. Disponible en <https://goo.gl/mCB3hm>
- [10] Martín-Pena, D. y Contreras-Pulido, P. (2014). Las radios universitarias en España: inicios, evolución y panorama actual. En D. Martín-Pena y M. A. Ortiz Sobrino (Eds.), *Las Radios Universitarias en América y Europa* (pp. 89-100). Madrid: Fragua.
- [11] Martín-Pena, D. (2013). *Radios universitarias en España: plataformas de comunicación interactiva y redes de colaboración*. Universidad de Huelva: España. Disponible en <https://goo.gl/zjpwjM>
- [12] Ortiz Sobrino, M. A. (2012). Las radios universitarias, más allá de la radio. Prólogo. En C. Espino y D. Martín (Eds.), *Las radios universitarias, más allá de la radio: las TIC como recursos de interacción radiofónica* (pp. 13-17). Barcelona: UOC.
- [13] Pinto, R. (2015). *La radio universitaria como medio de formación de futuros profesionales en España. Fundamentos para la creación de un modelo formativo integral*. Universidad de Málaga: España. Disponible en <https://goo.gl/Q9ka3h>
- [14] Proyecto de Ley Audiovisual de Andalucía (2017). Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía, 13 de septiembre de 2017. Disponible en <https://goo.gl/fWGmaV>
- [15] Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22. ed.). Disponible en <https://goo.gl/gn9hoj>

[16] Vázquez, M. (2012). *La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Universitat Pompeu Fabra: España. Disponible en <https://goo.gl/SdM7mC>

#### Notas

1. Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Se puede consultar en el siguiente link <https://goo.gl/hrgytK> (Fecha de consulta: 20/09/2017).
2. Puede consultarse todo el proceso y el texto del anteproyecto en el siguiente link <https://goo.gl/35dLZd> (Fecha de consulta 20/09/2017).
3. El portal dedicado a la radio en la UNED puede ser consultado en <https://goo.gl/Wu5yR9> (27/08/2017).
4. La Asociación de Radios Universitarias de España cuenta con una página web donde se puede consultar su historia <https://goo.gl/FJJ69T>
5. El convenio marco puede ser consultado en la página web de ARU en el siguiente enlace <https://goo.gl/Akw6xm> (29/08/2017).
6. Para más información sobre este colectivo puede visitarse su página web <http://www.comunicacionyciudadania.org/> (Fecha de consulta 21/09/2017).
7. El Grupo Comunicar es un colectivo andaluz con más de 25 años de existencia, conformado por educadores y periodistas. Para más información se puede consultar su página en el siguiente link (<https://www.grupocomunicar.com/>) (fecha de consulta 21/09/2017).

