

edmetic

Revista de Educación Mediática y TIC



Radio universitaria: trabajo en red como imperativo

University radio: Networking as imperative

Fecha de recepción: 26/07/2013
Fecha de revisión: 22/09/2013
Fecha de aceptación: 07/10/2013

Radio universitaria: trabajo en red como imperativo

University radio: Networking as imperative

Tiziana Cavallo¹ & Guillermo Gaviria²

Resumen:

Trabajo en red es un concepto clave en la radio universitaria, tanto desde el punto de vista individual como del colectivo. A través de dos estudios de caso, enfocados en la radio universitaria de Italia y de Colombia, este artículo muestra cómo el trabajo en red ha sido decisivo para el fortalecimiento de su función, la ampliación de su impacto, la conformación de su identidad y el crecimiento de su visibilidad en las sociedades en las cuales desarrollan su labor.

Palabras claves: radio; red de información; comunicación; cooperación internacional.

Abstract:

Networking is a key concept in college radio, both from the standpoint of the individual and the collective. Through two case studies, focusing on college radio in Italy and Colombia, this article shows how networking has been instrumental in strengthening its role, expanding their impact, shaping their identity and increasing their visibility in the societies in which they work.

Keywords: radio; information network; communication; international cooperation.

¹IULM, University of Milan (Italy). tiziana.cavallo@iulm.it.

²Javeriana Estéreo, Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia). ggaviria@javeriana.edu.co.

1. Introducción

Trabajo en red es un concepto clave en la radio universitaria, tanto desde el punto de vista individual como del colectivo. El nacimiento de una propuesta radial en una universidad puede significar el inicio de un proyecto de comunicación participativa, dado que en él pueden confluir varias fuerzas que son estratégicas para lograr objetivos comunes. La creación de programas y la apertura de una carta de programación real y efectiva o la construcción de un equipo de trabajo ofrecen una oportunidad para que los distintos estamentos universitarios puedan compartir sus pensamientos y deseos.

En el ámbito nacional o internacional, la única manera de ser reconocido como un medio de comunicación nuevo, innovador y "alternativo" (Atton, 2002) es a través del trabajo en red, de las mejores prácticas compartidas y del fortalecimiento de los vínculos de intercambios mutuos. Las acciones de cooperación y coordinación, permiten conseguir las ventajas propias del trabajo asociativo –como la obtención de fondos para proyectos o la formulación de legislación específica.

En este artículo, mediante dos estudios de caso de las radios universitarias de Italia y Colombia, los autores desean subrayar la importancia del trabajo en red y de realizar una aproximación al análisis de la historia de la radio universitaria desde ese punto de vista. Recientemente, además, la creación de redes internacionales se ha desarrollado como un propósito común, cuya fuerza está en la recolección de las características comunes y el reconocimiento de la diversidad para construir una red fuerte, capaz de ser valorada y visible en un mundo tan interconectado como el actual. En esta perspectiva, Internet es una herramienta importante que permite vincular proyectos radiales en todo el mundo: el *Día Mundial de la Radio Universitaria*, el movimiento internacional de la radio universitaria, está tratando de mapear la situación de esta radio en el mundo con el propósito de crear una red mundial, con el apoyo de las asociaciones nacionales específicas –allí donde existan.

2. La radio universitaria en Colombia

La historia de la radio universitaria en Colombia se inicia una década después de la aparición de la primera radio universitaria en América Latina –en la Universidad de La Plata, Argentina–, con la creación de la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia en 1933. Por coincidencia con lo ocurrido en la Argentina, sería en una ciudad distinta a la capital del país, Medellín, en donde este significativo hecho ocurriría. También sería en Medellín donde en 1948 se fundaría la segunda radio universitaria, esta vez en una institución privada, la Pontificia Universidad Bolivariana. Tendrían que transcurrir 30 años para que se constituyera una nueva radio universitaria, en esta ocasión sería en la Universidad Javeriana, en Bogotá, la capital del país, en 1977, lo cual es indicativo del poco interés de las universidades colombianas por contar con medios de comunicación en aquellos años.

Sin embargo, ese desinterés de las universidades por el medio radial cambiaría sustancialmente a partir de 1980, pues desde entonces el número de emisoras universitarias ha venido creciendo hasta llegar a la cifra de 56 en 2013. Una cantidad importante de estas emisoras, particularmente de las creadas en el siglo pasado, nacieron no como iniciativas institucionales sino como resultado de proyectos de individuos, que luego fueron acogidos por las universidades. El rápido crecimiento del número de radios universitarias en los últimos años, está ligado a la creación de la Red de Radio Universitaria de Colombia (RRUC)³ y a la visibilidad lograda a través de su desarrollo en los 10 años de su existencia.

³ www.radiouniversitaria.org

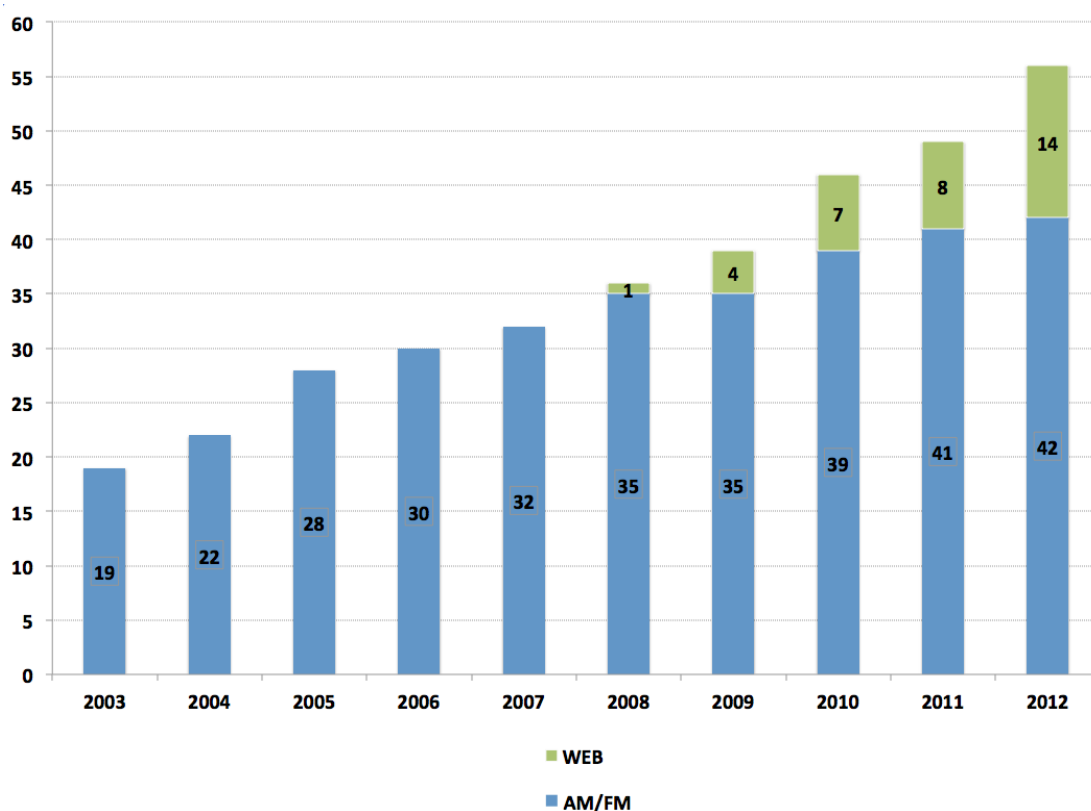


Gráfico 1: Número de radios

Fuente: Elaboración propia

La RRUC se conformó el 19 de septiembre de 2003 en el marco del Primer Encuentro de Radios Ciudadanas y Universitarias, realizado en la Universidad Industrial de Santander, en la ciudad de Bucaramanga. Se inició con 19 radios pertenecientes a 16 universidades. Hoy, está conformada por 56 radios de 45 universidades, 34 de las cuales emiten en FM, 8 en AM y 14 *webradio*, que cubren la mayoría del territorio nacional. El crecimiento de la RRUC, que corre paralelo al crecimiento de la radio universitaria en el país, se puede apreciar en el gráfico 1.

No obstante el crecimiento importante del número de radios universitarias en la década pasada, hay una gran cantidad de problemas que afectan su desarrollo; algunos tradicionales, como la financiación, la poca

claridad de los proyectos comunicacionales y la carencia de legislación específica, y otras dificultades propias de esta época. Entre las dificultades actuales se cuentan, de acuerdo con Claudio Rama (2004), el fuerte proceso de expansión de los medios en la región, la aparición de proveedores externos satelitales, la carencia de políticas, la necesidad de comercializar en ambientes con oferta saturada, la globalización de la radio y su segmentación.

Entre los problemas tradicionales, a los cuales el trabajo en red ha podido aportar alternativas de solución, quizás el más importante sea el relacionado con la identidad, que más que una dificultad se presenta como un reto: ¿qué es la radio universitaria en Colombia? Omar Rincón, comunicador y profesor universitario, respondía a esta pregunta en 1998 de la siguiente manera: "la idea de hacer y programar la radio en las universidades no ha sido clara. Algunas instituciones tienen emisoras por darse imagen; otras porque quieren dar un aporte cultural; otras porque quieren mejorar sus ventas y matrículas; y otras la tienen para ponerse a la altura de las demás universidades que tienen emisoras, ya que se cree que eso da estatus dentro de la comunidad académica nacional".

Esta opinión bastante crítica de la motivación de las instituciones para contar con una emisora, fue contrastada en 2004 por Guillermo Gaviria con las ideas que se encontraban consignadas en las misiones y los objetivos de distintas emisoras universitarias del país, agrupadas según las expresiones de Rincón. Era evidente que la imagen institucional jugaba un rol importante en las motivaciones. Frases como: "la voz de la Universidad"; "reflejo vivo de la cotidianidad universitaria"; "una propuesta que redefina, fortalezca y actualice la imagen institucional de la Universidad"; "vocera de los proyectos e investigaciones del alma mater", son un ejemplo de lo que algunas universidades formulaban como propósito para su radio.

El aporte cultural era otra de las motivaciones, lo que conducía al ya clásico problema de la definición y comprensión del término cultura. Para

algunos, evidentemente, este atiende a las grandes expresiones del arte musical, literario y visual, entre otras; para otros, tiene una acepción más amplia y se refiere al conjunto de modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico y científico de una época o un grupo social.

Algunas expresiones reflejan este objetivo: "La actualidad en materia cultural... a través de grandes debates del pensamiento político, filosófico, académico y literario", "comprometida con la divulgación de las distintas expresiones culturales de la región y de los distintos géneros de la cultura universal", "irradiar cultura y crear conciencia ciudadana". Incluso, la idea de mejorar las ventas y matrículas parecería tener expresión concreta en la formulación de los objetivos de alguna de las emisoras: "Aplicar en la técnica radial, estrategias para promover los proyectos de la Universidad".

Adicionalmente a estas motivaciones, aparecía otra serie de planteamientos enmarcados dentro de las llamadas funciones sustantivas de la universidad: docencia, investigación y extensión. Es importante señalar, sin embargo, que no aparecía como un objetivo el servir de medio para la formación de profesionales de la radio o para propiciar la participación de profesores y estudiantes, algo que en general se podría pensar que hace parte de lo que se consideraría una radio universitaria. En la búsqueda de un estatuto propio, las emisoras universitarias en Colombia, en los años anteriores a la conformación de la RRUC, tuvieron varias fuentes de inspiración, entre ellas la radio llamada cultural internacional (la de la alta cultura) y la educativa, particularmente los desarrollos de las escuelas radiofónicas de Acción Cultural Popular (ACPO), más conocidas como Radio Sutatenza⁴,

⁴ La campaña de alfabetización rural masiva que entre 1947 y 1994 realizó en Colombia ACPO-Radio Sutatenza, fue una iniciativa pedagógica y de doctrina que se convirtió en una gran industria cultural, pionera en el uso de la radio y la multimedia. La formación campesina se adelantó mediante escuelas radiofónicas y llegó a 687 localidades del país, gracias al apoyo de más de 20.000 dirigentes campesinos formados por esa institución. Radio Sutatenza fue pionera en el desarrollo de un modelo educativo que fue tomado como referencia por otras emisoras católicas latinoamericanas en Chile, Argentina, Ecuador, Perú, Bolivia, Venezuela y Nicaragua,

llevados a cabo entre 1948 y 1994. Otra fuente apareció en 1989, cuando la Emisora de la Universidad Javeriana propuso un formato que ha sido referente importante para la construcción de las parrillas de programación de lo que hoy se entiende como radio universitaria en Colombia. Un formato en el cual coexisten músicas de múltiples géneros junto a los llamados programas temáticos o de contenido. En palabras del comunicador Juan Carlos Garay (1995: 83), este modelo de programación sirve para “demostrar que hay alternativas sonoras [...] apoyar expresiones que son marginales en un contexto en donde el gusto masivo asfixia géneros que nacen o amenazan extinguirse [...] representar una multiplicidad, que es la esencia del espíritu joven y tolerante ante las distintas manifestaciones de la cultura... satisfacer a los oyentes descontentos con su carácter pasivo, ávidos de aprendizaje y de una ampliación constante de sus gustos y conocimientos; sirve, en fin, para educar.

Los diversos diálogos al interior de la RRUC, al igual que en la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe (RRULAC), y la investigación sobre los orígenes de la radio universitaria en América Latina han conducido a una progresiva clarificación de la identidad de la radio universitaria, ya no solo de Colombia sino de Latinoamérica, que difiere de los conceptos de radio universitaria en otras latitudes. El origen de la radio universitaria en América Latina se vincula directamente con la llamada Reforma de Córdoba, un movimiento estudiantil que en 1918 sacudió las estructuras del concepto de universidad, buscando que este respondiera a las necesidades propias de la región.

De los enunciados de la Reforma interesan, por su relación directa con la radio universitaria, los dirigidos al compromiso con una función social a través de la extensión universitaria y la difusión cultural. El investigador Carlos Tünnermann precisa muy bien lo que esto significó y significa para la universidad latinoamericana “el fortalecimiento de la función social de la

entre otras, que posteriormente se afiliarían a la Asociación Latinoamericana de

Universidad, vía proyección de su quehacer a la sociedad mediante los programas de extensión universitaria y difusión cultural, figuró desde muy temprano entre los postulados de la Reforma de 1918. En realidad, la "misión social" de la Universidad constituía el remate programático de la Reforma. De esta suerte, el movimiento agregó al tríptico misional clásico de la Universidad, un nuevo y prometedor cometido, capaz de vincularla más estrechamente con la sociedad y sus problemas, de volcarla hacia su pueblo, haciendo a éste partícipe de su mensaje y transformándose en su conciencia cívica y social (Tünnermann, 2003: 79).

La reforma incorporó la extensión universitaria y la difusión cultural como parte de la función social y de las actividades regulares de una universidad latinoamericana, y buscó que esta fuera un centro de excelencia para el estudio de los grandes problemas nacionales. El amplio espectro de actividades relacionadas con la misión social, incluyendo en algunos casos una mayor conciencia política de los estamentos universitarios, definen la universidad latinoamericana, que incluye en su quehacer tareas no realizadas por universidades de otras regiones del mundo.

Tomando como base los postulados de la Reforma, la Universidad de La Plata (Argentina) inició en 1923 la instalación de una "estación radiotelefónica de alta potencia". En el discurso de inauguración, pronunciado el 5 de abril de 1924, el rector Benito Nazar Anchorena subraya que "a la Universidad de La Plata le corresponde la iniciativa de haber empleado una estación radiotelefónica no solo como excelente elemento de enseñanza e investigación para la Radiotécnica sino también para fines de divulgación científica, o sea, como elemento de extensión universitaria [...]. De tal modo, al par que desarrolla una obra completa de difusión cultural, sirve para vincular más aun la Universidad con el medio social en que actúa, devolviendo con ventaja al país el esfuerzo que la Nación realiza para sostenerla". (RUNLP, n.d.)

Educación Radiofónica (ALER). <http://fundacionacpo.org/>.

La comprensión del origen de la radio universitaria en América Latina, explica el rumbo que tomaron muchas de las estaciones creadas durante el siglo XX, y se convirtió en la base para las gestiones de la RRUC frente a las instituciones del Estado con el fin de lograr una definición que llenara el vacío jurídico en el cual apareció y creció. Para una mejor comprensión de este tema es necesario observar que la radio en Colombia se clasifica en tres categorías: comercial⁵, de interés público⁶ y comunitaria⁷. La definición vendría a darse en el año 2010, cuando el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) reglamentó el Servicio de Radiodifusión Sonora e incluyó y definió, de acuerdo con "los fines del servicio", a las "Emisoras Educativas Universitarias" dentro de la categoría de "interés público": Emisoras educativas universitarias. Las emisoras educativas universitarias tienen a su cargo la transmisión de programas de interés cultural, sin ninguna finalidad de lucro, con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de apoyar el proyecto educativo nacional y, servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada. Este servicio se prestará a través de instituciones de educación superior, legalmente reconocidas y acreditadas institucionalmente

⁵ Cuando la programación del servicio está destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente y el servicio se presta con ánimo de lucro, sin excluir el propósito educativo, recreativo, cultural, científico e informativo que orienta el Servicio de Radiodifusión Sonora en general.

⁶ Cuando la programación se orienta a satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, sin ánimo de lucro, a cargo y bajo la titularidad del Estado.

⁷ Cuando la programación está orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conducen al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica.

por el Ministerio de Educación Nacional (MINTIC, 2010).

Esta definición, lograda después de cerca de 80 años de ausencia de un pronunciamiento estatal frente al medio radial universitario, presenta una novedad que amerita ser subrayada. El sistema de educación superior en Colombia incluye universidades privadas y públicas, y las concesiones de frecuencias en la banda de AM o FM tenían en cuenta esta naturaleza diversa para la adjudicación de licencias "comerciales" a las universidades privadas, o de "interés público" a las públicas. La novedad que introduce esta reglamentación es la posibilidad que se ofrece a las instituciones privadas de tener acceso a concesiones de "interés público", ligadas a la calidad de "universidades acreditadas institucionalmente" como resultado de un proceso de comprobación de calidad académica⁸.

Pero la construcción de una identidad no pasa solamente por la normatividad jurídica, es necesario que los proyectos comunicativos y sus acciones operen en concordancia con esa comprensión. Es así como la RRUC ha venido desarrollando proyectos que refuerzan su función social, actuando la red como productora y difusora, con la vinculación participativa de todos sus miembros en la formulación y realización de los proyectos. La RRUC se ha asociado para la realización de estos proyectos con diversas instituciones del Estado, que han aportado un porcentaje importante de la financiación de los proyectos. El resultado de esto ha sido que los recursos obtenidos han permitido iniciar un proceso de caracterización y consolidación de la identidad de la radio universitaria en Colombia, a partir de acciones que enfatizan las ideas de José Ingenieros, uno de los ideólogos de la Reforma de Córdoba, cuando se refiere al rol de las universidades: "sintetizar las ideas generales de su época: ideas que son productos de la sociedad, derivadas de sus necesidades y aspiraciones. [...] Ser un instrumento de acción social"

⁸ La acreditación institucional se refiere a óptimos de calidad relacionados con la misión, objetivos, organización y funciones de la institución como un todo. www.cna.gov.co/1741/article-186371.html.

(Ingenieros, 1916. 2-6).

Sin embargo, aún persisten vacíos dentro del propósito de crear condiciones que ayuden al desarrollo pleno de la radio universitaria. Uno de esos problemas, aun sin solución, es la carencia dentro del marco jurídico de la exención de pago de los derechos de autor, correspondiente a la calidad educativa, que define la misma reglamentación del MINTIC. Al respecto es importante mencionar que en 2005, la Universidad de Antioquia obtuvo un fallo a favor que la exime de pagar derechos a la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia-Sayco⁹ y a la Asociación de intérpretes y productores fonográficos-Acinpro¹⁰, por entenderse que su objetivo es educativo y cultural y no el lucro económico. Esta decisión podría hacerse extensiva a las demás emisoras universitarias. Sin embargo, las leyes colombianas no permiten una aplicación general de este fallo, y cada una de las 56 radios universitarias tendría que iniciar procesos individuales, que no necesariamente alcanzarían el mismo resultado. Por tanto, lo que se requiere es un pronunciamiento legal que reitere el componente educativo de estas radios.

142

3. Radio Universitaria Italiana: la historia

La investigación con relación a los medios de comunicación de los estudiantes y universitarios en Italia es muy joven en comparación con la de los Estados Unidos, América del Sur y el Reino Unido, donde existe una larga historia de los medios universitarios y su estudio.

La primera radio universitaria italiana nació en 1999 en la Universidad de Siena, y fue llamada *Facoltà di Frequenza*. Era fundamentalmente un proyecto de comunicación pública, e "inevitadamente la historia de la Universidad, y, si es posible, de una sociedad que se está transformando profundamente, fuera de las cuales esta experiencia no se puede entender" (Perrotta, 2005: 14). Sin

⁹ Derechos de comunicación pública dirigido a los autores.

embargo, es significativo que *Facoltà 'di Frequenza* ya no sea hoy en día un proyecto activo y que la Universidad de Siena, a pesar de ser la progenitora de este tipo de experiencia, no fuera capaz de mantener el proyecto. Los estudiantes inmediatamente comenzaron a hacer campaña a favor de la causa, pero esto no funcionó en absoluto (Facoltà 'di Frequenza, 2008).

La falta de fondos es una de las principales razones por las cuales la radio de la Universidad de Siena terminó, y una de las mayores amenazas para el resto de los proyectos, porque "como en cualquier operación en un campus, el costo es un factor" (Saúl, 2001). Por otro lado, si la estación está muy vinculada con las directivas universitarias, tiene que ser sensible a las decisiones económicas de las mismas, que a menudo están relacionadas con la presencia o ausencia de patrocinios externos. Esto es a menudo un tema muy delicado y puede ser un problema para la supervivencia de las radios. En algunos casos, los problemas políticos pueden interferir con la gestión de la radio, como fue el caso reciente en el que un consejo universitario decidió cambiar la dirección de la Radio Zammu de Catania con un procedimiento burocrático misterioso (Ustation, 2011; Curcio Raiti, 2011). A pesar de estos problemas y de un paisaje turbulento y cambiante, la radio universitaria italiana ha continuado creciendo y floreciendo, con muchos proyectos activos actualmente en curso. Hasta hoy, casi 32 radios universitarias pueden encontrarse en el escenario italiano, pero cada año hay algunas que terminan su experiencia y otras que empiezan.

Después de Siena, la mayor parte del crecimiento de la radio universitaria se llevó a cabo entre 2001 y 2008. Durante esos años, muchos proyectos nacieron en diferentes universidades bajo el empuje de grupos informales de estudiantes que se identificaron con la radio y la vieron como el medio de comunicación más fuerte para expresar su identidad. No faltaron, en este tiempo, las experiencias estimuladas por elementos institucionales,

¹⁰ Derechos de comunicación pública dirigida a los intérpretes.

como las oficinas de prensa, que como era de esperarse se crearon dentro de las estructuras organizativas de las universidades a partir de 2000. Inmediatamente después de Siena, y gracias a Siena, otros proyectos se iniciaron en las universidades de Teramo, Verona y, luego, de Catania, Padua y Pavía (Perrotta, 2005: 121). Uno de las principales características del panorama italiano es el trabajo en red para compartir las mejores prácticas – como Siena– que sirven de modelo para otros. Gracias a las nuevas tecnologías, el trabajo en red es hoy más fácil que en el pasado y permite compartir proyectos y discutir nuevas alternativas para la radiodifusión.

La mayoría de estos proyectos decidió emitir solo en Internet, –ser, por lo tanto, *webradio* (Priestman, 2002; Bonini, 2006) o *net-only radio* (Baker, 2010)–, debido a las dificultades para obtener licencias de FM en el sistema regulador italiano: las licencias de FM no se otorgan para radios universitarias. En Italia no existen *Restricted Service Licences*¹¹, como en el Reino Unido, que son licencias temporales concedidas por la autoridad de radio para operar sobre una base de baja potencia para un área geográfica limitada. El mercado italiano se caracteriza por unos pocos operadores, algunos de los cuales son muy grandes y poderosos (AGCOM, 2010). Este es un campo todavía confuso y que aun no ha sido considerado seriamente por el ente regulador –en particular en lo que respecta los medios universitarios. Este vacío en la legislación y la política tiene consecuencias negativas en términos de la financiación y de las subvenciones estatales para la radio comunitaria, la radio alternativa y la radio universitaria, y por esta razón, así como por aspectos presupuestarios, la mayor parte emiten en la web. Sobre el tema de las frecuencias de radio hay un gran debate en Italia (Dalmazzone, 2007), ya que todos están esperando un nuevo plan nacional de digitalización (PNAF-DVB). El desarrollo del espectro satelital probablemente traerá nuevas oportunidades para la radio universitaria, pero en Italia todavía se está a la espera de noticias sobre este tema.

Recientemente, la radio universitaria italiana está tratando de desarrollar relaciones con el gobierno nacional con el propósito de lograr una legislación específica o acuerdos que permitan conformar un fondo de estímulo para el desarrollo de la radio universitaria y su verdadera institucionalización.

Ser radio solo en la web es, por otra parte, una de las características clave de la radio universitaria italiana, que está vinculada con otras características específicas de estos medios alternativos y comunitarios. Resultados de una encuesta muy reciente (Cavallo, 2013) nos muestran que la radio universitaria italiana es clasificada básicamente como una forma de medios comunitarios, en lugar de educativos, en la cual se hace presente un creciente espíritu empresarial que influencia a más proyectos año tras año. De hecho, algunas radios son en realidad manejadas por exalumnos que emprendieron la creación de pequeñas empresas o de agencias con el fin de que la alta administración universitaria les permitiera gestionar todas las actividades de la radio. En esta situación hay radios en Verona, Padua, Trento y Vercelli, y otras universidades también ven esta opción como una alternativa para sobrevivir. La crisis económica –con la falta de fondos y recursos– y, en algunos casos, la falta de confianza por parte de la organización universitaria están sugiriendo algunas nuevas soluciones, tales como convertirse en una *webradio* universitaria emprendedora.

3.1. La Radio Universitaria italiana se une en las redes Raduni¹² y Ustation.it¹³

La asociación promueve un modelo de radio universitaria para facilitar la difusión de la información dentro de las universidades, apoyar la participación activa de todos los componentes de la comunidad universitaria, promover la

¹¹ Tampoco como las llamadas radios comunitarias o de interés público que se encuentran en Latinoamérica y el Caribe.

¹² www.raduni.org/.

¹³ www.ustation.it/

formación de los que cooperan, fomentar la experimentación de nuevos lenguajes y formatos; representa, a través de su contenido, la identidad del contexto al que pertenece, construye relaciones y alianzas con los grupos de interés y es sensible a las ideas culturales y sociales, a las propuestas, y a las culturas que tienen dificultades de visibilidad en los medios (Raduni, 2011).

Estas palabras aparecen en los estatutos de la primera asociación de medios universitarios italianos sin fines de lucro, que fueron escritos en 2006. Los primeros protagonistas se reunieron dos veces antes de dar a luz la asociación: la primera vez en Siena en el verano de 2003, en la primera Escuela de Verano de Radio realizada por la universidad local para debatir sobre el tema, y luego, en 2005, en el Festival Nacional de Radio en Riva del Garda dedicado a los *fans* de la radio. Sin embargo, este organismo sin fines de lucro tardó un año en establecer y promulgar sus estatutos. RadUni nació, finalmente, en marzo de 2006 y reunió en una comunidad única a los operadores de radios universitarios, así como a los estudiantes.

RadUni comenzó como una red asociativa que refleja el dinamismo del medio radial de la universidad italiana y amplía la adopción de la radio como instrumento de cultura, educación y entrenamiento. Siguiendo el modelo de las organizaciones europeas, como las francesas e inglesas, los académicos de los medios de comunicación utilizan RadUni como un importante punto de referencia para aquellos que creen en el valor cultural y educativo de la radio. Raduni también promueve la investigación y la experimentación en la radio, además del reconocimiento y la valoración de la autonomía de este medio en el panorama de los medios de comunicación. El intercambio de ideas, contenidos y experiencias es el objetivo de la asociación que no representa a los organismos públicos, o más específicamente a las universidades, sino que refleja los puntos de vista de sus miembros. Hoy, estos miembros son principalmente estudiantes, que son los principales consumidores, y profesionales, incluyendo profesionales de la radio, investigadores y profesionales de los medios y los campos de la comunicación.

En los últimos años, la asociación ha establecido sólidas relaciones estratégicas con organismos como la Societa' Italiana Autori ed Editori (SIAE) y Societa' Consortile Fonografici (SCF) que están relacionadas con los derechos de autor, AGCOM –la agencia garante de las telecomunicaciones nacionales– y empresas como Telecom, que creen en este movimiento y siguen su desarrollo.

Durante siete años RadUni ha celebrado un festival nacional –Festival delle Radio Universitarie (FRU)– que se ha convertido en un punto de referencia para todos los proyectos. El Festival es un momento de comparación de la planificación y elaboración de presupuestos a través de talleres que tienen como objetivo enriquecer y analizar el desarrollo (Fabiani, 2007).

Paralelamente a este festival, la asociación ha expresado la necesidad de crear productos de radio que compartan información y contenidos creados por la red para la red. A finales de 2007 nació *RadUni News* como una herramienta informativa dinámica e innovadora que da voz a la realidad multifacética de los estudios universitarios italianos. *RadUni News* es una revista de radio producida por estudiantes universitarios corresponsales de varias emisoras y que se emite por todas las estaciones universitarias de Italia. Es un producto de radio único, que proporciona un canal para las cuestiones de la investigación académica o científica que previamente tenía poco espacio en los medios comerciales.

Tras el éxito de la producción y distribución de *RadUni News*, fue fundada *RadUni Hit* en 2008. Se trata de un formato compartido de música del mundo independiente y emergente revisado por jóvenes editores de la red de radio universitaria. Y por último, se creó *Diritti in radio –Derechos al aire–* con un formato creado en asociación y cuyo tema central es el derecho al estudio. Este programa se enfoca en todas las noticias relacionadas con becas, alojamiento, servicios de comida y otros. La comunión de intenciones a través del mundo de la radio universitaria crea un poderoso medio de comunicación, que solo se fortalece en la medida en que la red crece y se diversifica. Esto ya

está en marcha con RadUni, Ustation y sus proyectos, que están estructurados para crear la primera red de medios universitarios italianos.

Ustation es un proyecto de Umedia Ltd. que nació en julio de 2008 para fortalecer a RadUni y sentar las bases de una red de medios universitarios completa en Italia. Umedia es una *start-up* creada por cuatro periodistas que eran directores de las radios universitarias en Turín, Verona, Siena y Catania. El proyecto nació como un espacio para mostrar el movimiento único de los medios universitarios y ofrecer un espacio virtual en el cual el trabajo en red pueda tener lugar y producir nuevas ideas. Ustation destaca programaciones y gestiona una red de producción y la creatividad de la comunidad estudiantil y juvenil. Es un espacio virtual para compartir oportunidades para la nueva generación de autores multimediales. Hoy, Ustation tiene más de 50 socios, que en su mayoría son estaciones radiales, pero además incluye la televisión y una revista estudiantil realizada en Internet.

El establecimiento de una red de medios de la educación es una condición importante para Ustation y hace que sea posible mostrar la riqueza expresiva de los circuitos que distribuyen *Contenidos creativos universitarios* (UCC) y de los propios estudiantes que los originan.

Ustation está dirigido a tres tipos de comunidades: universidades que deseen comunicarse a través de las nuevas tecnologías y conquistar nuevos espacios para promover el uso de los medios de comunicación internos, tales como *web radio* y *web TV*; medios de comunicación universitarios que encuentran un lugar virtual para mayor visibilidad en el ámbito nacional y, por último, productores jóvenes que quieren mostrar su talento creativo. Finalmente, Ustation también se comercializa a empresas interesadas en realizar proyectos para este público objetivo específico. Un nuevo proyecto ha sido lanzado recientemente –mayo 2013–: *Radiouniversita.it*, que es una especie de “superradio universitaria” en la que los *podcasts* más interesantes – producidos por la red– están disponibles en una “superparrilla de radio”.

El experimento de Ustation.it es apoyado por la red asociativa de

RadUni, que asegura una cohesión interna de los actores y responde al panorama de los medios italianos, que se inclinan cada vez más a una convergencia de los medios y al entrenamiento de profesionales multitarea. RadUni y Ustation están tratando de avanzar juntas en pro de volverse más fuertes y más visibles dentro del panorama nacional de los medios de comunicación, como principal objetivo. Con el propósito de lograr mayor impacto, los medios universitarios están desarrollando enlaces con otros medios que son producidos por las nuevas generaciones: trabajo en red en una perspectiva más amplia.

4. La radio universitaria se une internacionalmente: WCRD y el acuerdo ARU-RadUni-RRULAC

En marzo de 2012, Tiziana Cavallo –cofundadora de Raduni y Ustation.it-, representando a Italia, y Guillermo Gaviria –cofundador y presidente de la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe (RRULAC)¹⁴-, en representación de América Latina y el Caribe, contactaron a Rob Quick, fundador del *College Radio Day* (CRD) y director general en WPSC FM, William Paterson University en los Estados Unidos. Cavallo y Gaviria enviaron un correo electrónico en el mismo periodo, sin conocerse entre sí, pero haciendo la misma pregunta: "¿Por qué no nos unimos para celebrar una jornada de radio universitaria internacional?", y, luego, Quicke los puso en contacto. De esta manera singular se dio inicio al *Día Mundial de la Radio Universitaria* (WCRD)¹⁵, de la cual hace parte el CRD.

El objetivo del *Día Mundial de la Radio Universitaria* es celebrar la importante contribución de la radio universitaria a través de la unión en dicha fecha. Iniciado en 2011 como un evento abierto solo a la red norteamericana, ahora, después de la unión de Cavallo, Gaviria y Quicke, está abierto a toda la radio universitaria en el mundo, "uno de los últimos bastiones de la

¹⁴ www.rrulac.org.

programación creativa en radio, libre de las constricciones de tener que ser comercialmente viable, y un lugar donde los que participan en su programación creen apasionadamente en su misión. La radio universitaria es el único medio gratuito suficientemente atrevido para incluir en su programación artistas sin reconocimiento comercial, locales e independientes de manera regular" (CRD, 2013).

En la primera edición internacional del *Día Mundial de la Radio Universitaria*, 585 radios universitarias de 29 países diferentes y algunas asociaciones nacionales se vincularon a la celebración a través del sitio web del CRD y participaron en la maratón en vivo organizada el 2 de octubre de 2012. Los tres fundadores de WCRD decidieron, además, organizar un evento que vincule de una manera sencilla a todas las estaciones de radio universitaria en el mundo, subrayando las características comunes principales de estos medios específicos y dando espacio para que se manifieste la diversidad. Casi la totalidad de la radio universitaria en el mundo tiene emisiones vía Internet, lo que permite que pueda compartir fácilmente sus pasiones y pensamientos, y promocionarse en una comunidad participativa. Las 24 horas de la maratón en vivo estuvieron dirigidas técnicamente por Radio Unica, una *webradio* italiana gestionada por estudiantes de ICT y fueron producidas con la participación de estaciones seleccionadas de todo el mundo, teniendo en cuenta las diferencias horarias. Muchos idiomas se escucharon, al igual que músicas originales y, por primera vez la radio universitaria del mundo estuvo unida con el mismo objetivo: dar voz a la comunidad estudiantil.

Después de esta aventura increíble, en octubre de 2012, Cavallo y Gaviria fueron invitados por la Asociación de Radio Universitaria de España (ARU) con el fin de firmar el primer acuerdo España-Italia-Latinoamérica y el Caribe de radio universitaria.

¹⁵ www.worldcollegeradioday.com

ARU es una de las asociaciones de radio universitaria más jóvenes de Europa y es uno de los miembros de la consejo del WCRD –junto con organismos similares de Francia, Italia, Suecia, Inglaterra y Colombia. ARU organizó una reunión de dos días con todos sus miembros de España. Cavallo y Gaviria presentaron conferencias sobre la situación de la radio universitaria en sus países (Italia y Colombia) y firmaron el acuerdo que se basa en el intercambio de programas, eventos educativos y de mejoramiento profesional y la investigación sobre el tema, que en Europa todavía no está suficientemente desarrollada.

5. Conclusiones

Las dos historias y sus características demuestran cómo la fuerza de estos medios "alternativos" se incrementa a través de la creación y el trabajo en redes: en el caso italiano este trabajo ha permitido organizar festivales y obtener visibilidad en el ámbito nacional; en el caso de Colombia es significativo el aporte del trabajo en red en la definición de su identidad y el incremento sustancial de su visibilidad e impacto, reflejado en el creciente interés de instituciones de diversa índole por asociarse en proyectos cooperativos con la RRUC.

Mapear la situación actual de la radio universitaria a nivel mundial es uno de los objetivos estratégicos WCRD, con el propósito de conformar la mayor red de estos medios específicos, identificar sus características comunes y su diversidad para potenciar y visibilizar sus acciones.

Referencias bibliográficas

- AGCOM. (2010). *Gestione delle frequenze*. Recuperado de <http://www.agcom.it/Default.aspx?message=contenuto&DCId=261>.
- ATTON, C. (2002). *Alternative Media, Thousand Oaks*. CA: Sage Publications.
- BAKER, A. (2010). Reviewing Net-only College Radio: A Case Study of Brooklyn College Radio. *Journal of Radio and Audio Media*, 17(1), 109-125.

- BONINI, T. (2006). *La Radio nella Rete*. Milano: Costa&Nolan.
- CAVALLO, T (2011). *Video kill the radio star*. Recuperado de <http://www.egovnews.it/blog.php/8367/Video-kill-the-radio-star-Linformazione-universitaria-via-etere-barcolla-ma-non-molla>.
- CAVALLO, T. (2009). *Radio Education*. Bologna: Fausto Lupetti.
- CAVALLO, T. (2010). *Media uni: nuova sfida dei comunicatori pubblici*. Recuperado de <http://www.ustation.it/maresalato/weblog/851.html>.
- CAVALLO, T. (2013). Italian University Radio: an Explorative Study. *Journal of Italian Cinema and Media Studies*, 1 (2), 93-130.
- CAVALLO, T.y Perrotta, R. (2013). La radiofonia universitaria. (pp. 183-209). In T. Bonini T. *La Radio in Italia. Storia, mercati,pubblici, formati, tecnologie*. Roma: Carocci.
- COLLETTIVO A/TRAVERSO (2002). *Alice e' il Diavolo*. Bologna: Shake.
- CURCIO, S. (2011). *Se mi lasci non vale*. Recuperado de <http://saracurcioraiti.wordpress.com/2011/05/17/se-mi-lasci-non-vale-storia-di-una-radio-con-finale-annunciato/>.
- DALMAZZONE, P. (2007). *Disciplina giuridica radio comunitarie in Italia*. Recuperado de http://www.amarc.org/conference_europe/document/Legal_frame_of_community_radio_in_Italy.pdf.
- FABIANI, T. (2007). Così dagli atenei sull'etere viaggiano le voci degli studenti. Recuperado de http://www.repubblica.it/2005/l/sezioni/scuola_e_universita/servizi/radio_ateneo/festa-radio-atenei/festa-radio-atenei.html?ref=search.
- GARAY, J. C. (1995). Los cien mejores guitarristas del siglo XX: Diagnóstico y propuesta sobre el papel de la música en la radio universitaria de Bogotá. Tesis de Grado. Universidad Javeriana.
- GAVIRIA, G. (2004). *La radio universitaria en Colombia*. Universidad Javeriana. Recupeardo de <http://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio>

[universitaria en Colombia - G Gaviria.pdf.](#)

- INGENIEROS, J. (1916). *La filosofía científica en la organización de las universidades*. Washington: Columbia Printing Co
- JOHNSON, T. C. (2008). Incorporating the Campus Radio Station into Your Emergency Communications Plan. *Campus Law Enforcement Journal*, 38(3), 28-29.
- McCLUNG, S. (2001). College Radio Station Web Sites: Perceptions of Value and Use. *Journalism and Mass Communication Educator*, 56(1), 62-73.
- MENDUNI, E. (2004). An unheard story? The challenge for radio studies in Italy. *The Radio Journal*, 2(1).
- MINISTERIO DE TECNONOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES - MTIC. (2010). *Resolución 00415, Por la cual se expide el Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones*. Recuperado de http://www.mintic.gov.co/images/documentos/radio_difusion_sonora/resolucion_415_2010.pdf.
- PERROTTA, R. (2005). *Facolta' di Frequenza*. Roma: Carocci.
- PRIESTMAN, C. (2002). *Web Radio: Radio Production for Internet Streaming*. Oxford: Focal Press.
- RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA - RUNLP. Recuperado de <http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/institucional/>.
- RAMA, C. (2004). *Industrias Culturales y Fábricas Universitarias*. Encuentro Nacional de Medios de Comunicación Universitarios. 29 de enero de 2004. Bogotá, Colombia.
- RINCÓN, O. (1998). La radio en la Universidad Javeriana. *El Hilo de Ariadna*, 2, Recuperado de <http://www.radio.uady.mx/ariadna/articulos/javeriana.html>.
- SAUL, S. (2001). *Understanding Your Media Outlet: An Administrative Guide to School Radio Station*. Ppaper presented at the Annual Meeting of Broadcast Education Association, Las Vegas NV, April 2001.

- SCIFO, S. (2007). Student media. (pp. 232-245). In K. Coyer, T. Dowmunt y A. Fountain. *The Alternative Media Handbook*. London: Routledge.
- TÜNERMMAN, C. (2003). *La Universidad Ante Los Retos Del Siglo XXI*. Yucatán: Universidad Autónoma de Yucatán.
- USTATION. (2011). Gli ex di Zammu "Ripartiamo fuori dall'universita'". Recuperado de <http://www.ustation.it/articoli/760-gli-ex-di-radio-zammu-ripartiamo-fuori-dall-universita>.
- WAITS, J. C. (2008). Finding an alternative: Music programming in US college. *The Radio Journal*, 5(2&3).
- WALL, T. (2007). Finding an alternative: Music programming in US college radio', *The Radio Journal*, 5(1).
- WALLACE, D. (sf). Reinventing the Wheel vs. Grinding the Same Old Axe: An Ethnographic View of the Students and Community Members at a Massachusetts College Radio Station. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(1), 44-66.

Cómo citar este artículo:

- Cavallo, T. y Gaviria, G. (2014). Radio universitaria: trabajo en red como imperativo. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), pp. 131-154.