

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de
Elche

Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2016-2017



El periodismo deportivo en la radio
universitaria
Sports journalism on university radio

Alumno: Francisco Hernaiz Serna
Tutora: María del Carmen Ponce López

Resumen

La radio convencional sufre continuos vaivenes debido a esos lastres económicos férreamente unidos a la publicidad y la cifra de audiencia que marca el Estudio General de Medios cada trimestre. Unas emisoras comerciales que cada vez más asumen un papel de mero entretenimiento y que aleja a los oyentes de la información que siempre han encontrado en las ondas. La necesidad de vender espacios publicitarios ha intoxicado la información y ha provocado una selección inequívoca de contenidos que la mayoría de radioyentes quiere recibir y deja a un lado otras temáticas de importancia similar pero sin tanto impacto social.

Las radios universitarias emergen como esa alternativa sana, fiable, en continua renovación y con ganas de innovar de la mano de sus coordinadores y de la Asociación de Radios Universitarias de España desde su creación en 2011 y que ya posee veintiocho integrantes en sus filas. El tratamiento deportivo en estas emisoras sigue creciendo día a día tratando de paliar las carencias que deja al descubierto la radio convencional. En ella, tienen cabida los deportes minoritarios, el deporte femenino y el deporte universitario español lejos del impacto, por ejemplo, norteamericano.

A través de la frecuencia modulada o en plataformas como el streaming y el podcast, la radio universitaria crece en ciudades paulatinamente en el territorio español. La labor formativa de los docentes en la rama de Comunicación de las universidades es imprescindible para formar y propulsar hacia la emisora convencional y comercial en un futuro casi inmediato a dichos estudiantes. El tratamiento del deporte en la radio universitaria debe contener grandes dosis de innovación y experimentación. Una evolución lenta pero constante.

Palabras clave: Radio, Deporte, Radio Universitaria, Deporte Universitario y Asociación de Radios Universitarias de España

Abstract

Conventional radio is suffering continuous changes due to the economic dead weights tightly linked to advertising and the audience figures that mark the General Media Research every trimester. Commercial radios that are increasing entertainment roles are keeping away the listeners from the information they have always found on the radio. The need for selling advertising spaces has intoxicated the information and has provoked an unmistakable choice of contents that the vast majority of the listeners want to hear and therefore set aside other themes of similar importance that carry little social impact.

University radios emerge like a healthy, reliable and renovated alternative in the hands of their coordinators and the Asociación de Radios Universitarias de España since it was created in 2011, and it already has twenty-eight members. The sports information treated in these station's grows every day trying to palliate the deficiencies which are not covered by the conventional radios. On university radios, minority sports, female sports and university sports have coverage, however they are far away, for example, of the media coverage on North American conventional radio stations.

Through the modulated frequency, on streaming platforms or with online podcasts, the university radio is gradually growing in Spanish cities. The educational labour of teachers in Communication Faculties is essential and necessary for training and encouraging students so they can work towards conventional and commercial radio stations in their near future. The treatment of sports in university radios must contain large doses of innovation and experimentation. A slow but steady evolution.

Keywords: Radio, Sport, Radio University, Sports University and Asociación de Radios Universitarias de España

Sumario

1. Introducción	1-4
1.1. Justificación.....	1-3
1.2. Objetivos	3
1.3. Hipótesis.....	3-4
2. Metodología.....	5-8
3. Del origen de la radio a la actualidad	8-12
3.1. El punto de inflexión con la llegada de la II República.....	8-9
3.2. Cambio de temática: Irrumpe la Guerra Civil.....	9
3.3. La llegada del franquismo	9
3.4. La transición: Impulso hacia la libertad radiofónica.....	10-11
3.5. La aparición de la radio universitaria	11
3.6. La radio universitaria en España	12
4. Resultados.....	12-27
5. Conclusiones.....	27-30
6. Bibliografía.....	31-32
7. Notas.....	33
8. Anexos.....	34-92
8.1. Entrevista Daniel Martín	34-38
8.2. Entrevista a José Luis Rojas.....	39-42
8.3. Entrevista José Barrero.....	43-46
8.4. Entrevista José Juan López Espín	47-48
8.5. Cuestionario a coordinadores de las emisoras universitarias	49-91

Summary

1. Introduction	1-4
1.1. Justification	1-3
1.2. Objectives	3
1.3. Hypothesis	3-4
2. Methodology.....	5-8
3. From the origin of the radio to the present	8-12
3.1. The turning point with the arrival of the Second Republic	8-9
3.2. Change of theme: Civil War appears	9
3.3. Arrival of ‘franquismo’	9
3.4. ‘The Transition’: Impulse to radio freedom.....	10-11
3.5. The appear of radio university.....	11
3.6. The radio universitaria in España.....	12
4. Results	12-27
5. Conclusions	27-30
6. Bibliography	31-32
7. Notes.....	33
8. Attached.....	34-92
8.1. Daniel Martín interview	34-38
8.2. José Luis Rojas interview.....	39-42
8.3. José Barrero’s interview	43-46
8.4. José Juan López Espín interview.....	47-48
8.5. Coordinator’s of radio university questioner.....	49-91

1. Introducción

1.1. Justificación

El mundo de la comunicación adopta múltiples cambios con el transcurso del tiempo. La aparición de nuevos y renovados formatos a través de internet no hace más que poner en tela de juicio la innovación en las plataformas de radio, televisión y, por supuesto, la prensa escrita. Todo esto, por supuesto, conlleva una serie de ventajas e inconvenientes.

Con la implantación del universo internet en los medios, han sido diferentes los impactos generados en las distintas plataformas comunicativas. En la radio, el medio a analizar en este trabajo, han surgido diversas propuestas, muchas de las cuales siguen en crecimiento, que son interesantes para elaborar una investigación sobre ellas.

Año tras año y oleada tras oleada del Estudio General de Medios, se castiga más a la audiencia del medio radiofónico comercial, en parte debido a la incursión de la radio online, el podcast y el streaming que conforman una nueva vía para alcanzar a oyentes en cualquier lugar en el que se encuentren y con una disponibilidad horaria, en el caso del podcast, de las veinticuatro horas del día, los 365 días al año. Estos condicionantes suponen una presión añadida a las emisoras convencionales por parte de su principal medio de subsistencia, la publicidad, que se rige, mayoritariamente, por el número de personas que se encuentran pegadas al otro lado de la señal.

Lejos de cualquier yugo publicitario o presión mediática de tal calibre se mantienen las radios universitarias españolas que disponen de la emisora de la entidad a modo de herramienta para formarse en los distintos grados o estudios universitarios. Dentro de esto, son diferentes los canales por los que circula esa formación, teniendo cabida la docencia a través de asignaturas de los distintos grados que engloben una asignatura radiofónica, o bien una asociación de alumnos que sea la que rija esta entidad o, incluso, que el servicio de comunicación de la propia universidad sea la que tenga el control sobre la emisora.

La Asociación de Radios Universitarias de España, desde su creación el 28 de noviembre de 2011, conforma un vehículo necesario para formar, integrar y lanzar a esos estudiantes en su período educativo a las radios convencionales con una

experiencia previa al mundo laboral que permita, entre otras cosas, proyectar temas universitarios, culturales y científico-tecnológicos, entre otros, hacia la ciudadanía promoviendo la presencia de la Universidad en la sociedad. Es por esto por lo que vamos a centrar nuestro estudio en esas emisoras universitarias que, juntas, intentan conformar un modelo a seguir para todas las radio universitarias venideras. Además, la universidad no tiene un simple valor educativo y formativo de sus alumnos, sino que supone también un ‘empujón’ en el desarrollo de la población en la que se establece y, por tanto, la radio universitaria se emplea como un complemento fundamental para la misión de difusión de la propia población.

El objeto de este estudio tiene como principal objetivo dar un primer paso hacia la investigación del periodismo deportivo en las emisoras universitarias. Mediante la observación y documentación previa a iniciar la investigación, es necesario establecer en qué punto se encuentra el deporte en una plataforma como la radio universitaria. Hay que añadir que no existe, a día de hoy, ningún estudio que ponga en contexto el periodismo deportivo en la radio universitaria. Dicha entidad, como bien afirman varios expertos en esta temática, podría funcionar perfectamente como una escuela pre profesional que curta y forme a esos estudiantes que cursan sus grados en alguna rama referente a la comunicación como Periodismo, Comunicación Audiovisual, etc.

Para finalizar, esta investigación aborda el estudio de la manera en la que las diferentes universidades españolas tratan el periodismo deportivo a través de sus emisoras, quizá para muchos, el motivo principal por el que ingresan todas esos futuros estudiantes. Es importante observar qué tipo de enseñanza y/o tutorización se está llevando a cabo en las universidades como principales ‘canteras’ de comunicadores para el futuro y qué se puede mejorar teniendo la plataforma de la radio universitaria como posible nicho de proyectos periodísticos que pueden englobar cualquier temática y formato.

Esa libertad para actuar de la radio universitaria ejerce un punto clave en la cuestión. Las radios universitarias ofrecen espacios en sus parrillas para albergar disciplinas deportivas que no tienen cabida en las emisoras convencionales. Ejemplos como el deporte femenino o el deporte adaptado, que no gozan de esos espacios en la parrilla comercial, encuentran en la radio universitaria una plataforma óptima para su elaboración y difusión.

1.2 Objetivos

Esta investigación se basa en elaborar un estudio con el objetivo principal de conocer cómo forman las universidades a esos estudiantes que pretenden realizar un periodismo radiofónico deportivo de calidad desde las emisoras universitarias. Para entenderlo, existe una serie de pautas en la investigación que se centran en estos aspectos más concretos:

1. Analizar las parrillas radiofónicas de las emisoras dentro de la ARU para ver qué cabida tiene el periodismo deportivo en ellas. Averiguar cuál es la frecuencia de cada espacio deportivo así como la duración, temática y el apoyo institucional que reciben los estudiantes a la hora de elaborar las emisiones de la radio universitaria en cuestión.
2. Conocer, de primera mano, cómo se realiza un buen periodismo deportivo para establecer un modelo óptimo de esa cobertura deportiva. Abordar si es factible la adaptación de estas fórmulas previamente citadas a las emisoras universitarias contando con el paso asiduo de estudiantes y la escasa continuidad de proyectos en la emisora.
3. En materia de retransmisiones deportivas, es necesario conocer cómo se lleva a cabo la gestión desde la universidad para cubrir todos los ámbitos necesarios para realizar una cobertura en condiciones. Una herramienta formativa más que se puede apoyar en el propio deporte universitario que se celebran en las propias instalaciones universitarias y que puede servir perfectamente de prácticas similares a las que llevan a cabo en emisoras convencionales.

1.3 Hipótesis

Este estudio parte con una enumeración de hipótesis sobre la situación del deporte en la radio universitaria. Se plantea un total de cuatro creencias que destacan por encima del resto. Al examinar los resultados, deduciremos su veracidad o, por otro lado, si son distintos a lo que pensábamos previo al estudio citado.

1. El periodismo deportivo de calidad solo se puede desarrollar en las radios comerciales y con profesionales con una larga experiencia en el sector. Los

oyentes en nuestro país no están familiarizados con el hecho de que la radio universitaria ofrezca contenidos de calidad y es la audiencia la que marca si ese producto es bueno o no.

2. La insuficiente cobertura del deporte universitario en la radio universitaria. A día de hoy, son ínfimos los casos en los que el deporte universitario tenga relevancia social, salvo universidades que estén directamente relacionados con un equipo deportivo¹. La cobertura de los estudiantes-deportistas en competiciones internas o autonómicas pasa desapercibida por el público en general ya que ningún medio convencional ofrece una cobertura mínima de dichas jornadas.
3. La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora de proyectos periodísticos no viables en las emisoras convencionales. Los deportes minoritarios, en los que englobamos también al deporte femenino y deporte adaptado, no encuentran su sitio en los grandes espacios de las principales emisoras del país. Por ello, la opción de lanzar un proyecto periodístico enfocado a la cobertura de estas disciplinas en los espacios informativos deportivos, debe ser una apuesta de futuro en la emisora universitaria.
4. El paso efímero de los estudiantes aporta ventajas e inconvenientes a la radio universitaria. Por un lado, en el aspecto positivo, la renovación continua de ideas y formatos, pero por otro, la falta de continuidad en estos proyectos puede afectar a la calidad de la propia emisora. Además, la no continuidad de los estudiantes en la radio universitaria puede provocar que grandes ideas no se lleven a cabo por la falta de trabajo en ellas o por el cambio de manos con el continuo trasiego de estudiantes.

2. Metodología

Se han adoptado diferentes medidas con respecto a la metodología para conseguir la información necesaria y así cumplir con los objetivos marcados previamente. Para ser más exactos, estos métodos consisten en:

1. Elaboración de un cuestionario enviado a los coordinadores y coordinadoras de la Asociación de Radios Universitarias de España para saber en qué situación se encuentra el deporte en la radio universitaria.
2. Análisis en profundidad junto a expertos en la materia deportiva radiofónica, en diferentes estamentos de las entidades universitarias, para llegar a realizar un buen periodismo deportivo.
3. Realización de cuatro entrevistas a expertos en las diferentes tareas para llevar a cabo una retransmisión de deporte universitario en las instalaciones de dicha universidad a través de la radio universitaria.

Toda esta metodología está enmarcada en el estudio de las veintiocho emisoras universitarias que conforman la ARU. Sus coordinadores y coordinadoras pondrán en situación el panorama actual de las emisoras universitarias que coordinan a través del cuestionario que hemos elaborado. Dicho cuestionario consta de 14 preguntas que deberán rellenar con las opciones propuestas y también existe la posibilidad de añadir y aportar valoraciones a su juicio en las cuestiones que así lo indican. Estas son las veintiocho universidades que forman parte a día de hoy de la Asociación de Radios Universitarias de España que recibieron el cuestionario.

- **Radio UVA** (Universidad de Valladolid)
- **Radio EPS** (Universidad de Alicante)
- **UAB Campus Media** (Universidad Autónoma de Barcelona)
- **Radio CEU** (Universidad CEU Cardenal Herrera Valencia)
- **Radio UNED** (Universidad Nacional de Educación a Distancia)
- **RUAH Radio** (Universidad de Alcalá)
- **IRadio** (Universidad Católica San Antonio – UCAM)
- **RadioLAB** (Universidad CEU San Pablo Madrid)
- **UAL Radio** (Universidad de Almería)
- **UNIRadio Huelva** (Universidad de Huelva)
- **UNIRadio Jaén** (Universidad de Jaén)
- **Vida Universitaria** (Universidad de Navarra)
- **Radio USAL** (Universidad de Salamanca)
- **Radio Unizar** (Universidad de Zaragoza)

- **Europea Media** (Universidad Europea de Madrid)
- **Radio Campus** (Universidad La Laguna)
- **Radio URJC** (Universidad Rey Juan Carlos)
- **Media Uni** (Universitat de València)
- **Vox UJI Radio** (Universitat Jaume I)
- **Radio UMH** (Universidad Miguel Hernández de Elche)
- **Upf Radio** (Universitat Pompeu Fabra)
- **UPV Radio** (Universitat Politècnica de València)
- **Inforadio** (Universidad Complutense de Madrid)
- **UB Radio** (Universitat de Barcelona)
- **Dragón Digital** (Universidad San Jorge)
- **Radio Cantabria** (Universidad de Cantabria)
- **Radio UOC** (Universitat Oberta de Catalunya)

Definir la situación actual por la que transcurre el deporte en la radio universitaria es una tarea algo compleja debido a todos los inconvenientes que manejan día a día las emisoras universitarias y el continuo trasiego de estudiantes, profesores y demás componentes de la comunidad universitaria. Para ello, son catorce preguntas que se elaboran en un cuestionario para entender, de la mejor manera posible, en qué punto está el deporte en la radio universitaria en todo el panorama nacional en la actualidad.

Los coordinadores completan el cuestionario si cubrían información deportiva en su emisora universitaria. Si, por lo contrario, no era su caso, contestan negativamente y se queda registrado para su posterior análisis sin rellenar el cuestionario.

Los resultados del cuestionario recogen diversidad de opiniones entre coordinadores y coordinadoras de la ARU en diferentes temáticas como la duración, la cantidad de programas deportivos, la cobertura del deporte universitario y algunos otros interrogantes que han respondido acerca de la importancia en el papel de la emisora universitaria para la sociedad y los futuros comunicadores.

Esta investigación cuenta con cuatro entrevistas en profundidad y cada una de ellas cumple una función imprescindible para comprender el análisis del deporte en la radio

universitaria. Uno de los objetivos de esta Asociación de Radios Universitarias es la promoción de nuevos formatos radiofónicos y abarcar esas temáticas que, sobre el papel, no tienen hueco en la radio convencional y, en este aspecto, Daniel Martín Peña, presidente de la ARU, arrojará luz sobre la situación actual de esta asociación en un crecimiento lento pero constante en la sociedad española.

En el otro extremo de la investigación, con un estudio sumergido en el periodismo deportivo encontramos a José Luis Rojas. José Luis es periodista y profesor de Periodismo en la Universidad de Sevilla y en el Campus Universitario EUSA que es uno de los grandes investigadores del concepto ‘buen periodismo deportivo’ siendo referencia de muchos docentes y alumnos que centran sus estudios en este ámbito especializado del periodismo.

La tercera ‘pata’ para la investigación es el doctor en Periodismo y profesor de Periodismo Deportivo y Radio Deportiva en la Facultad de Artes y Comunicación de la Universidad Europea de Madrid desde el año 2003, José Barrero. Como conocedor de la radio convencional en su actual labor como redactor de Radio Nacional de España y su papel impartiendo clases prácticas de sus asignaturas a través de Europea Radioⁱⁱ, adquiere un papel primordial en la investigación a partir de su experiencia en ambas emisoras y tratando siempre la temática deportiva. Además, Barrero es el fundador del proyecto “Solo Deporte Femenino”, un espacio que se dedica, como bien indica el nombre, al deporte femenino y este factor es determinante para la posterior entrevista en profundidad.

La coordinación de estos tres perfiles muestran qué modelo deberían seguir las emisoras universitarias para optimizar la radio universitaria a realizar un buen periodismo deportivo dentro de la misma.

Otro de los aspectos que quiere resaltar esta investigación es el estudio de caso de las retransmisiones radiofónicas del deporte universitario que se llevan a cabo en la Radio UMHⁱⁱⁱ y que tengo oportunidad de trabajar en él asumiendo la coordinación de las mismas. Para ello, José Juan López Espín, Director del Servicio de Comunicación de la Universidad Miguel Hernández y director de la Radio UMH, pone sobre la mesa qué

requisitos son necesarios para asumir una retransmisión deportiva a través de la radio universitaria.

3. Marco Teórico: Del origen de la radio a la actualidad

El pistoletazo de salida en las emisiones radiofónicas en suelo español data los últimos años del período conocido como “La Restauración”. Un uso principalmente militar en las dos Guerras Mundiales, hecho que supuso su potenciación y no solo por ser un medio de difusión inmediato, sino que tenía una función social, propagandística y de otras funciones informativas. Ciertamente es que, en ciertos países europeos y en Estados Unidos, la radio llegó unos años antes que a España, siendo la Gran Guerra en 1914 y su finalización en 1918, el gran punto de inflexión en las emisiones por radiofrecuencia.

En 1923 la radio aterriza, rotundamente, en España. Apunta Armand Balsebre, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona y autor de la obra *Historia de la Radio en España. Volumen I (1874 - 1939)* “En el periodo de la Restauración borbónica, concretamente bajo el reinado de Alfonso XIII, cuando se aprobaron las primeras leyes y sucedieron los primeros ensayos radiofónicos.” (2001: 13).

Y en ese mismo año acaba ‘La Restauración’ y a causa de la inestabilidad política que arreciaba en esos momentos en España, el monarca Alfonso XIII une su reinado al gobierno dictatorial de Miguel Primo de Rivera. Esta fase histórica se alargaría durante siete años y juega un papel fundamental para el desarrollo de la radio en nuestro país, siendo la II República el período con el mayor avance a nivel tecnológico y legislativo.

Sevilla, Cádiz, Barcelona y Madrid son las principales urbes en las que emerge principalmente, eso sí, siempre reservadas para los intelectuales de la época. En la primera etapa, un gran número de ciudadanos no tuvo la opción de acceder a los contenidos que ofrecía la radio.

3.1. El punto de inflexión con la llegada de la II República

La Segunda República Española se proclama con la radio en continuo crecimiento y desarrollo. El nuevo período en la política española repercute en la radio y condiciona, con una serie de reformas, el crecimiento de la misma en la sociedad española. Renueva

su alcance, su público objetivo y, además, rehúye de la censura implementada en el régimen dictatorial previo a la etapa republicana. La radio, como en muchos otros aspectos en aquella época, se fija en los modelos de Francia y Gran Bretaña de hacer radio.

El conjunto de libertades que suponía la incursión de la política republicana en el modelo radiofónico en esas fechas supone un soplo de aire fresco a la hora de hacer radio. Estas licencias que llega bajo el brazo de la república (libertad de expresión, voto de la mujer, libertad parlamentaria y política), así como las distintas reformas en el sector educativo e informativo, fueron una primera hoja de ruta para el modelo que tenemos en nuestros días.

En estos cinco años la radio pasa a ser un instrumento para dar voz a diferentes colectivos y a los mismos radioyentes de las emisoras. Se realza la figura del locutor y empiezan a forjarse los líderes de opinión que, en múltiples ocasiones, se erigían como portavoces de un gran número de personas. En este sentido, este medio de comunicación se humaniza y se aleja, en cierta medida, de las presiones institucionales.

3.2. Cambio de temática: Irrumpe la Guerra Civil

Todo lo que se logró en materia de libertades durante la etapa republicana se echaba a perder tras la victoria en la Guerra Civil del ejército sublevado comandado por el general Francisco Franco. Su estallido en 1936 hasta su desenlace en 1939 provocó una reforma que afectaría negativamente a la función, hasta ese momento, de la radio.

Durante el enfrentamiento, la radio cumplió un papel de difusión propagandística y estratégica fundamental para arengar a los sectores de la población afines al movimiento republicano o sublevado en cada ciudad que conseguían tomar. Por ello, las emisoras eran uno de los objetivos principales para asentar las ideologías en los avances de los ejércitos.

3.3. La llegada del franquismo

La Guerra Civil finaliza en 1939 y España se ve sumergida en una serie de políticas autoritarias encabezadas por Francisco Franco que va a suponer un revés en las libertades logradas en la etapa de la II República. El control minucioso de las emisiones

y la función de adoctrinamiento social pasan a ser las señas de identidad de la radio en España. Mientras tanto, en el contexto mundial ajeno a nuestro país, el 1 de septiembre de 1939 estallaba la II Guerra Mundial y con ella, la radio volvía a tener un papel imprescindible en las estrategias bélicas a través de mensajes cifrados ya existentes en la Gran Guerra en la segunda década del siglo XX.

En los primeros años de dictadura la radio pasó a ser un mero ‘altavoz’ de las órdenes que promulgaba el Estado y las reproducía constantemente con un seguimiento y disciplina marcada por los tres grandes poderes del momento: Iglesia, Gobierno y los militares. En los años cincuenta, al igual que otras tantas medidas promovidas por el régimen, la radio sufre un ligero proceso de aperturismo pero sin llegar a ser significativas.

Con el transcurso de los años iban a aparecer diferentes formatos para paliar esa continua exposición de dictámenes que se lanzaban desde el Gobierno. La radio anestesia^{iv} acude al rescate y comienzan a erigirse grandes nombres y espacios radiofónicos a nivel nacional. En la década de los 70, poniendo como principal referencia 1975 con la muerte del caudillo Francisco Franco, los límites y la censura en la radio comenzaron a ver su final. Daba comienzo la etapa conocida como ‘Transición’.

3.4. La Transición: Impulso hacia la libertad radiofónica

Con el fallecimiento de Francisco Franco el 20 de noviembre de 1975 y con el temor a previsibles transformaciones en todos los ámbitos de gobierno, el papel de la censura aumentó considerablemente debido al desconocimiento en el clima político tras la muerte del dictador. En 1977, ocurre un hecho que condiciona notablemente el desarrollo del medio radiofónico a partir de ese momento. Se aprueba el Real Decretoley 24/1977, de 1 de abril, sobre libertad de expresión.

Con el papel político todavía con una importancia capital, la radio puso fin a su afán propagandístico que había adoptado en la Guerra Civil y en el régimen franquista y pasó a tener un papel esencial en la consolidación democrática de España. La apertura y posibilidad de que los profesionales del mundo radiofónico informasen de una gran

variedad de temas sin censura enriqueció a las emisoras y las dotó de un mayor impacto social.

3.5. La aparición de la radio universitaria

Con apenas cien años de vida, la radio universitaria nace en el continente americano con un modelo diferenciado de su homóloga comercial. Una función principalmente formativa, en el seno de las universidades, que abre todavía más el abanico del medio comunicativo a nuevas fronteras y formatos.

La radio universitaria tiene su raíz, y gran desarrollo, en el continente americano. Fueron tres universidades, la de Detroit en el estado de Michigan, Pittsburg en Pensilvania y la universidad de Wisconsin, todas ellas situadas en el norte de Estados Unidos, las que comenzaron en 1917 de forma experimental y a emitir en pruebas. En 1921, se otorgó la primera licencia oficial a una radio universitaria, Últimos Santos en Salt Lake City, del estado de Utah. Posteriormente, el despliegue de concesiones fue rápido, ya que solo quince años después habría más de doscientas licencias adjudicadas en esta parte norteamericana y a finales del siglo XX superarían las mil doscientas (Novelli y Hernando, 2011: 17-18).

Hasta decenas de años tuvieron que pasar para que la radio universitaria se asentase en Europa. Fue en la década de los sesenta cuando los primeros países empezaron a implantarlas en localidades de Inglaterra y Francia. A España, al igual que en Alemania, las emisoras no llegarían hasta finales de los años noventa con el objetivo de dar difusión lo que acontece en estas entidades educativas desde el ámbito científico, institucional y social, junto con la misión formativa de los estudiantes de la misma. (Aguaded y Contreras, 2011: 12-18).

3.6. La radio universitaria en España

La decana de las emisoras universitarias tiene nombre y apellidos, Radio UNED. La Universidad Nacional de Educación a Distancia empezó los primeros ensayos con su emisora en 1974. Hay que aclarar que dicha emisora no es una radio universitaria al uso, posee una serie de características que la distancia de los regímenes de otras radios universitarias.

En la actualidad, Radio UNED posee en sus emisiones un carácter divulgativo y está enfocado a los interesados en formarse en el ámbito de la educación permanente, sin descuidar el apoyo al estudiante y a la comunidad universitaria. Radio UNED posee en la actualidad una vía de producción y difusión llamada Canal Uned y en tres emisoras de RNE. En 1987, en la universidad de La Laguna en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, se pone en marcha la primera emisora universitaria en España con carácter formativo. Le seguiría, en 1996, la Universidad de Salamanca con el lanzamiento de Radio USAL aunque ambas entidades tuvieron problemas para arrancar las emisiones. Agueda y Martín (2016:238).

En el curso académico 2010/11, año de formación de la ARU, fueron dieciséis las universidades que se unieron al proyecto. Más tarde, en abril de 2011, la UNED, la Universidad de la La Laguna y la Universitat Oberta de Catalunya se asocian al proyecto. Después, la Universidad CEU Cardenal Herrera, Universidad de Zaragoza, Universidad de Alcalá, Universidad de Cantabria y Universitat de València. Por último, en abril de 2016, se integran la Universidad de Alicante, Universidad de Valladolid y la Universidad Autónoma de Barcelona. (2016:239-240).

Novelli y Hernando en la obra *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática* apuntan que “Estas emisoras tienen objetivos variados: desde las universidades que pretenden que su emisora de radio sea el lugar en el que sus alumnos realicen prácticas para la titulación de Comunicación Audiovisual o Periodismo, hasta las instituciones educativas superiores que pretenden que sus radios sean lugares de expresión para todos sus alumnos y la comunidad, pasando por aquellas que intentan convertir su medio de comunicación en un centro de investigación y experimentación y también aquellas que, dependiendo del Rector, desarrollan una comunicación institucional muy marcada o de actos de gobierno”. (2011:19).

4. Resultados

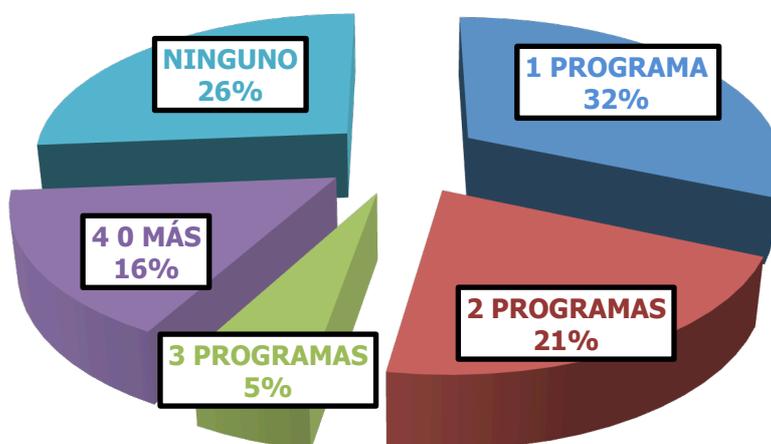
En primer lugar, de las veintiocho radios pertenecientes, a día de hoy, a la Asociación de Radios Universitarias con las que se ha contactado en esta investigación, se ha

obtenido respuesta de diecinueve de ellas. Esta es la lista con las réplicas que hemos recibido y que se adjunta a continuación:

- Europea Media - Juan José Ceballos
- Inforadio - Miguel Ángel Ortiz
- IRadio - M^a Carmen Robles
- Onda Campus - Leonor Real
- Radio Campus - Luis Javier Capote
- Radio CEU (Madrid) - Esther Cervera
- Radio CEU (Valencia) - Kety Betés
- Radio EPS - Carlos Guillem
- Radio UMH - Sonia Martínez
- Radio UNAV - Eva Lus
- Radio UNED - Ángel Mancebo
- Radio Unizar - Carmen Marta
- Radio UV - Remei Castelló
- Radio UVA - Nereida López
- RadioLab - Sara Ruiz Gómez
- RUAH - Daniel Fernández
- UAB Campus Media - Raül Giró
- UPV RADIO - María Rosario Zorio
- Vox UJI Radio - M^a Carmen Aparisi

Tomando como referencia estas respuestas acerca del tratamiento informativo del deporte universitario en dichas emisoras, se esclarece que de las diecinueve participantes en este cuestionario, catorce cuentan con programación deportiva en su parrilla. Seis de ellas cuentan únicamente con un solo espacio deportivo, cuatro con dos programas, tan solo una con tres de ellos y tres son las emisoras que cuentan con cuatro o más espacios deportivos (Gráfico 1).

Gráfico 1 Número de programas



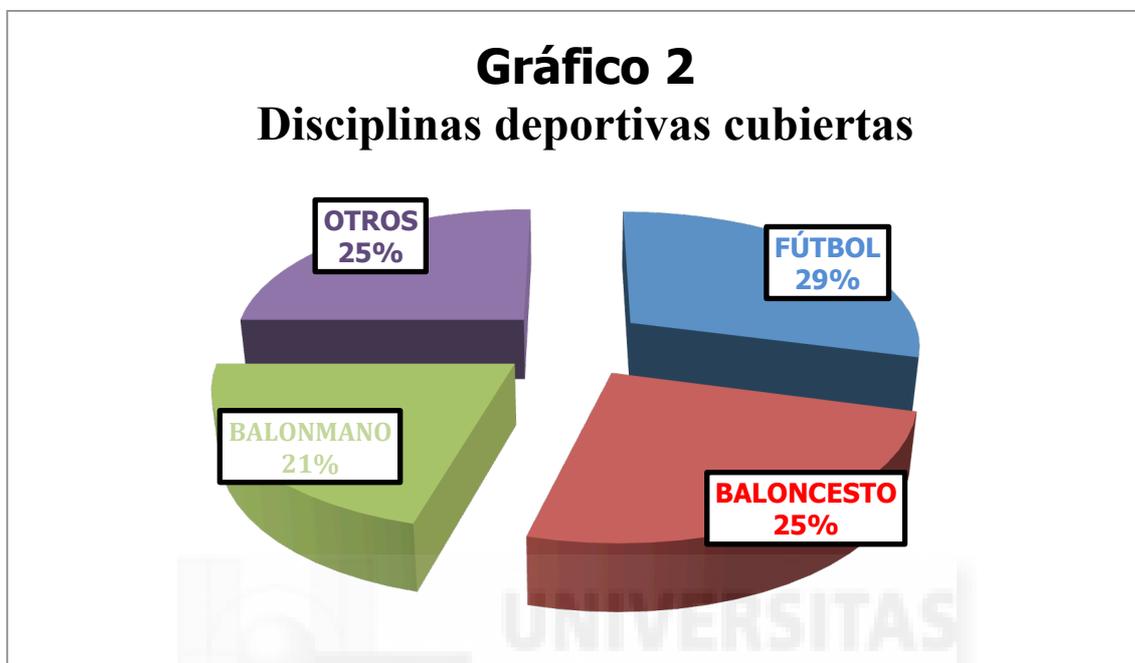
Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a las disciplinas deportivas que se cubren en los distintos espacios deportivos, sacamos en claro que hay un pleno apoyo al considerado deporte rey de nuestro país, el fútbol. De las catorce que respondieron afirmativamente a la pregunta sobre si tenían espacios dedicados al deporte universitario, todas ellas dedican minutos a la información futbolística. Desgranando los distintos deportes, doce de ellas cubren el baloncesto y un total de diez al balonmano.

Pero, aunque son los deportes a los que más tiempo se dedica en las diferentes emisoras universitarias, no son los únicos. Algunas radios también dedican espacio a deportes como el vóley, tenis, natación o ciclismo (Gráfico 2). Es interesante apreciar dos radios en este caso como Radio Campus de la Universidad de La Laguna y Radio EPS de la Universidad de Alicante. La primera dedica cinco minutos al repaso de las disciplinas deportivas que oferta el propio Servicio de Deportes de la Universidad. Y nada más.

Por otro lado, en Alicante, Radio EPS con su programa 'Sports UA' realiza un despliegue semanal de media hora en la que entrevistan y cubren la información de los equipos federados de la propia Universidad de Alicante como el equipo de fútbol sala femenino que milita en primera división o sus equipos de vóley y de baloncesto masculino. Además, se guarda un hueco para los deportistas en competiciones

individuales que pasan por los micrófonos para realizarles entrevistas o son nombrados junto a los resultados de sus competiciones en una emisión que, al igual que en Radio Campus, se limita al podcast para su difusión.

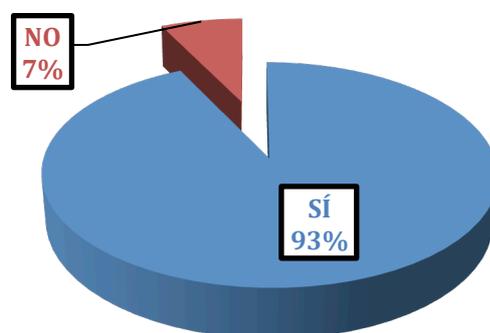


Fuente: Elaboración Propia

De las catorce emisoras que cuentan con programación deportiva en su espacio radiofónico, trece sí que realizan algún tipo de cobertura del deporte universitario. Solo una de ellas, Radio UNAV de la Universidad de Navarra, no cuenta con un espacio dedicado a la información deportiva universitaria en su parrilla radiofónica (Gráfico 3).

Gráfico 3

Programación deportivo-universitaria



Fuente: Elaboración Propia

Son diferentes los tratamientos informativos que se llevan a cabo en las emisoras con respecto al deporte universitario. El caso más significativo se ha mencionado anteriormente con Radio Campus pero otras radios como UPV Radio o Vox Uji Radio hacen una cobertura meramente informativa con resultados al final de temporada o eventos especiales en los informativos de la cadena.

El caso de Radio UMH es representativo ya que desde sus estudios centrales de Elche se retransmiten todas las jornadas del Campeonato Autonómico de Deporte Universitario con enviados especiales a las distintas universidades que conforman esa vertiente competitiva en la región de la Comunidad Valenciana compuesta por los equipos de la Universitat de València, Universidad Politécnica de Valencia, Universitat Jaume I de Castelló, Universidad Católica de Valencia, Universidad de Alicante y la Universidad Miguel Hernández de Elche.

El proceso consiste, en un primer paso, en asumir las becas necesarias para los estudiantes a través del Observatorio Ocupacional. A partir de ahí, la coordinación entre el Servicio de Deportes y el de Comunicación y, por último, con la puesta en común con el Servicio de Innovación y Apoyo Técnico a la Docencia y a la Investigación para llevar a cabo la retransmisión en formato audiovisual con el circuito cerrado de televisiones que dispone la UMH en sus diferentes campus universitarios.

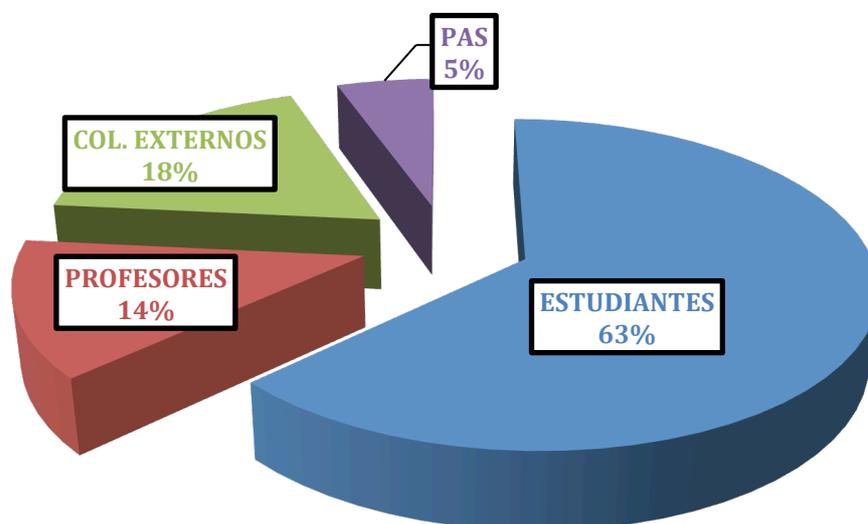
Un despliegue de alrededor dieciséis colaboradores y becarios de la propia emisora en coordinación con el Servicio de Innovación y Apoyo Técnico a la Docencia y a la Investigación de la UMH para ampliar esa cobertura también al medio audiovisual con posteriores entrevistas a jugadores/as y entrenadores/as. Todo ello, lanzado por streaming, a través de Youtube, en la página institucional de la Universidad Miguel Hernández.

Dentro de la radio universitaria las posibilidades de realizar un programa radiofónico no es un privilegio reservado solo para estudiantes. Todos los miembros de la comunidad universitaria pueden optar a tener su propio espacio en las ondas. Así vemos que, aunque la mayoría de los programas deportivos dentro de la radio universitaria están realizados por estudiantes, también hay un gran número de profesores, colaboradores externos y de Personal y Administración de Servicios que son fieles colaboradores al medio.

De las catorce emisoras que cuentan con espacios radiofónicos dedicados al deporte, todas ellas cuentan con programas deportivos realizados por estudiantes. Tres de ellas poseen la participación del profesorado de la propia universidad para la elaboración de los proyectos, otras tres cuentan con espacios del Personal de Administración y Servicios de la entidad y cuatro de estas universidades tienen programas en parrilla efectuados por colaboradores externos (Gráfico 4).

Gráfico 4

Programas deportivos realizados por:



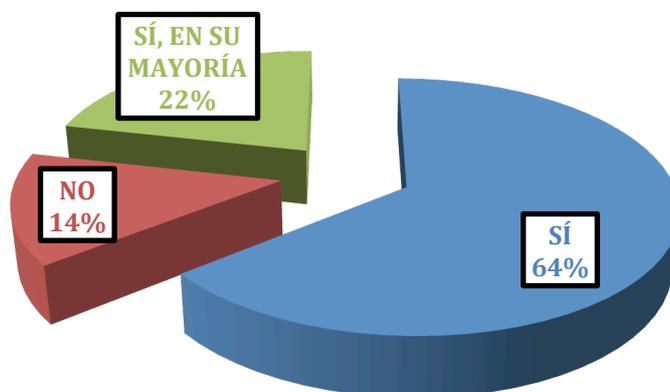
Fuente: Elaboración Propia

Como ya hemos mencionado anteriormente, en todas las radios universitarias en las que se realizan programas deportivos, son los estudiantes los que están mayoritariamente detrás de la elaboración, con todas las fases que conlleva, de los espacios radiofónicos. Pero, ¿pertenecen todos los estudiantes que participan en la radio universitaria a titulaciones relacionadas con la Comunicación?

En nueve de las catorce universidades que participaron, los estudiantes que realizaban este tipo de programas sí cursaban titulaciones propias de Facultades de Comunicación como el Grado en Periodismo, Grado en Comunicación Audiovisual y alguna otra dependiendo del plan de estudios de cada entidad académica. En dos de ellas, los estudiantes que realizaban programas radiofónicos no cursaban ningún tipo de titulación universitaria relacionada con el mundo de la comunicación. Y, por último, en tres de las catorce universidades los estudiantes que realizaban programas cursaban tanto titulaciones dentro del abanico del mundo de la Comunicación como de cualquier otro tipo de carrera que ofertase la propia universidad (Gráfico 5).

Gráfico 5

¿Son estudiantes de la rama de Comunicación?



Fuente: Elaboración Propia

Una de las cuestiones que se aborda es el modo en el que las emisoras universitarias difunden los programas realizados por su comunidad universitaria. De hecho, existen variaciones según la universidad a la que le consultemos. Las tres formas que analizamos son la emisión por Frecuencia Modulada, mediante podcast y por las plataformas vía streaming.

De esta manera, hay universidades que cuentan con difusión en todas las opciones mostradas anteriormente y algunas que, por ejemplo, solo tienen cobertura a través del podcasting que por otro lado, es la forma más sencilla y económica de divulgar tus contenidos a través de blogs o plataformas web como Ivoox^v o Soundcloud^{vi}.

Seis utilizan la emisión mediante la FM para lanzar al público sus programas. Trece de las catorce emplean el sistema de podcasting como la forma de llegar a sus oyentes y nueve de catorce emisoras universitarias españolas pertenecientes a la ARU utilizan alguna plataforma de streaming para distribuir sus contenidos a lo largo y ancho del planeta (Gráfico 6, 7 y 8).

Un ejemplo de la distribución por streaming la encontramos en RadioLAB con su plataforma en uWhisp^{vii}. Apunta Daniel Martín, presidente de la ARU, que es

“partidario de la emisión online, de los podcast, de las app y creo que son el futuro de la radio. Pero sí que tengo que decir que para tener una presencia social mayor sí que es fundamental la emisión en FM”.

Gráfico 6
Difusión: Frecuencia Modulada

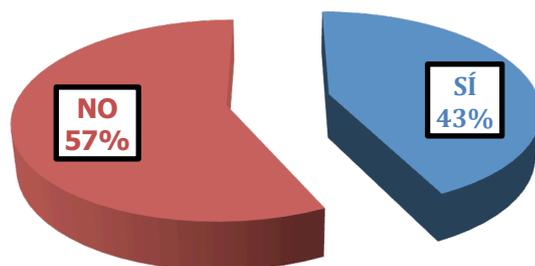


Gráfico 7
Difusión: Podcasting

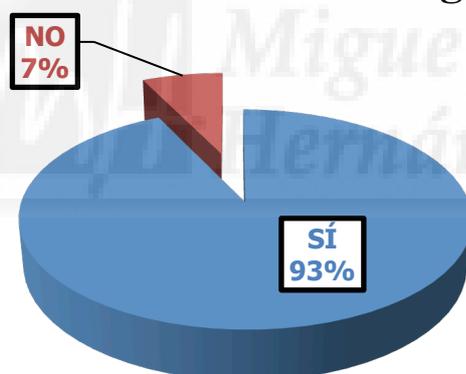
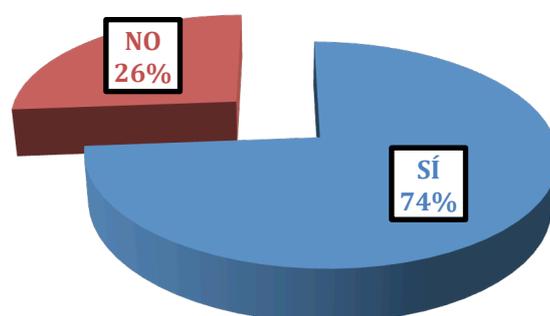


Gráfico 8

Difusión: Streaming



Fuente: Elaboración Propia

Un total de ocho emisoras universitarias consideran que su grado de implicación con el deporte interno de la universidad es “semejante a otras temáticas”, por lo tanto, podemos afirmar que desde la dirección de las radios universitarias españolas se apuesta por una programación plural que abarca todo tipo de programas sin centrarse en un género concreto. Otras universidades, sin embargo, difieren algo más de este enunciado.

Tres radios universitarias: IRadio de la Universidad Católica de Murcia, Europea Media de la Universidad Europea de Madrid y la Radio UMH de la Universidad Miguel Hernández de Elche, tienen una implicación “plena” con la cobertura de las diferentes disciplinas deportivas universitarias (balonmano, fútbol sala, baloncesto, fútbol 11, voleibol...), ocupando este tipo de espacios más tiempo en su parrilla radiofónica en las distintas fechas que se celebran campeonatos internos (Trofeo Rector) o autonómicos y/o nacionales (Campeonato de España de Universidades). En el otro extremo encontramos tres universidades, como la Radio UNAV de la Universidad de Navarra, antes conocida como 98.3, o la Radio EPS de la Universidad de Alicante.

En el cuestionario se plantea la pregunta de si las radios universitarias están lo suficiente aprovechadas para cubrir la información deportiva y los resultados son interesantes y dignos de analizar. Seis de las emisoras opinan que sí, que la cobertura deportiva es suficiente en la actualidad y que en ningún caso el deporte debería tener más relevancia que cualquier otro ámbito en la emisora. Por otro lado, son cinco las que

dicen que no están siendo aprovechadas para cubrir la información deportiva. Una igualdad marcada, quizá, por las posibilidades en la infraestructura y recursos humanos que disponga cada emisora universitaria para hacer el seguimiento deportivo deseado.

Sonia Martínez, redactora jefe de Radio UMH, indica y resalta la labor de las retransmisiones llevadas a cabo en la Universidad Miguel Hernández de Elche: “en la Radio UMH se le da muchísima importancia a todas las temáticas incluido el deporte y especialmente al deporte universitario, algo que consideramos de forma muy positiva por la implicación de los estudiantes, la manera en la que podemos llegar con las retransmisiones a toda la Comunidad Universitaria y a los familiares y seguidores de los deportistas”.

Con un análisis de todas las emisoras universitarias observamos que Radio UMH es la que radio que más horas, recursos y personal dedica a las retransmisiones del deporte universitario de todas las estaciones universitarias adscritas a la ARU.

Además, dicha emisora posee un programa dedicado al deporte adaptado llamado Tres-D, en honor al tres de diciembre, Día internacional de las Personas con Discapacidad, y que cubre y arroja visibilidad sobre el deporte adaptado y realizado por Antonio Pardo Rocamora, estudiante de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte en la UMH. Este espacio que se interesa por el deporte adaptado es exclusivo en todas las emisoras que hemos estudiado pertenecientes a la ARU.

Existe un nicho en las emisoras universitarias que hay que saber utilizar. El propio José Luis Rojas afirma que “se puede hacer algo equilibrado entre lo que se considera más mediático y aquello que interesa socialmente, que no siempre se corresponde. No siempre el hecho de que la portada se le conceda a un equipo de fútbol sea eso lo que más le pueda interesar a una comunidad local, ni mucho menos. Por tanto, hay que prestar atención al conocimiento de la audiencia y de la comunidad a la que pertenecen y, a partir de ahí, crear contenidos que satisfagan esa necesidad”.

Luis Javier Capote, coordinador de Radio Campus en la decana universidad de La Laguna sostiene que “deben volcarse en el deporte universitario, pero si surge la oportunidad de tratar otro tipo de deporte, no debería haber problema. Eso sí, debería

plantearse de una manera en la que se refleje el valor formativo de la Comunicación y de las carreras en Periodismo”. Esta afirmación también la comparte Daniel Martín desde su visión en la presidencia de la ARU y añade que “el punto positivo que yo creo que estamos haciendo bien es que estamos dando a conocer mucho deporte universitario. Yo creo que la mayoría de emisoras universitarias, bien en sus informativos o bien en programas específicos, tocan el deporte universitario el cual da mucho juego”.

Por parte de Europea Media, emisora que cubre con ocho programas deportivos en su parrilla, su coordinador, Juan José Ceballos, aporta que “Además de moverse como una comercial (la formación es lo más importante), (la radio universitaria) debe buscar aquellos nichos inexplorados por las otras bien por su poca repercusión o impacto o escasa rentabilidad económica. Por ejemplo: Ahora las emisoras comienzan a plantearse el deporte femenino. En Europea radio llevamos 10 años tratando el tema en el programa SDF (Solo Deporte Femenino) que lidera el profesor José Barrero”.

El hecho de ser el primero en algo otorga una capacidad casi ilimitada de poder crear a tu antojo y, en cierta manera, crear tus normas y liberarte de lo ya establecido. Este papel lo ha cumplido con creces la emisora de la Universidad Europea de Madrid con José Barrero a la cabeza y su proyecto ‘Solo Deporte Femenino’: “Falta gente que apueste por ello. Esta historia a mí se me ocurre dando clase de Periodismo Deportivo y Radio Deportiva en 2008 y pidiéndoles una práctica a los alumnos de “para la semana que viene tenéis que traerme una noticia sobre deporte femenino” [...]. ¿Qué pasó? Que las noticias que me trajeron para preparar el programa estaban anticuadas, te hablo de 7 u 8 meses atrás, era lo que había en internet. ¿Qué detecto yo en ese momento? Que no se le daba prácticamente cabida en absoluto al deporte femenino, te hablo de los medios de comunicación generalistas”.

El deporte femenino o el adaptado siempre han estado ahí, solo faltaba alguien que les diese esa cobertura que no ofrecen las radios convencionales. Esta es una de las funciones de las emisoras universitarias. Lejos de la imitación de las grandes cadenas, existe unanimidad en la opinión de los encuestados sobre el tema de innovar o imitar a los profesionales de las emisoras comerciales. Daniel Martín incide en el papel que deberían jugar las radios universitarias: “sé que hay emisoras que sí que tocan otros

deportes, que intentan hacer otros formatos... Pero en líneas generales cuando vienen los alumnos para hacer un programa de deporte, vienen para ser “imitadores de” y esos, quizá, el punto negativo”.

Diez de las emisoras universitarias apuestan por un modelo de innovación en sus contenidos deportivos, seis de ellos fijan un punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora y, en este caso, M^a Carmen Aparisi, coordinadora de Vox UJI Radio de la Universitat Jaume I de Castelló, apuesta por “un modelo de innovación y basado únicamente con fines educativos”.

Distintas observaciones surgen ante tal cuestión y aunque todos los coordinadores asuman la innovación por bandera, siempre está enfocado al plano del aprendizaje del alumno mediante las prácticas en las emisoras.

Juan José Ceballos describe la radio deportiva actual en un camino cerca de las “tertulias interminables” y formatos más parecidos a los ‘tomates televisivos’. Raül Giró, de la UAB Campus Media, asume que “es muy difícil no imitar” pero que la radio universitaria tiene que “pasar inexorablemente por la innovación”. Compaginando la opinión de Raül, Eva Lus de Radio UNAV, asume: “siendo los fines educativos la razón de ser de las emisoras universitarias, la innovación debe ser uno de los motores de estas radios, mucho más que la imitación”, hecho que comparte también Juan José Ceballos: “Es función de las emisoras universitarias tanto la innovación de formatos como el refuerzo de la información, la crónica, el reportaje y la entrevista en profundidad”.

Sonia Martínez, redactora jefe de Radio UMH, enfoca más esta labor con la posibilidad de que los alumnos cubran emisiones deportivas que “las radios convencionales y comerciales no realizan” y con una libertad de formatos para que los estudiantes que lo deseen puedan practicar “si es a lo que se quisieran dedicar en un futuro”.

Otra de las cuestiones capitales por la que gira esta investigación es el papel, a modo de incubadora de proyectos, de la radio universitaria. La totalidad de los encuestados está a favor de que la emisora universitaria ejerza ese papel. Seis están de acuerdo y el resto totalmente de acuerdo, según ha quedado reflejado en las opciones planteadas en el cuestionario.

Daniel Martín insiste en que “esto es una plataforma de innovación, de probar formatos, de darte a conocer, de mostrar qué estamos haciendo y qué ofrecemos a las parrillas radiofónicas convencionales. Los alumnos que vengan aquí, tienen que tener una idea de crear un proyecto deportivo diferente, porque en cualquier momento ese proyecto puede saltar a una radio local, a una regional y poder proponerlo y venderlo en estas emisoras.”

José Luis Rojas, por su parte, incide en la necesidad de dar voz a aquellos deportistas que son importantes y pertenecen a nuestro entorno: “Yo creo que sería parte del concepto de radio universitaria. Centrada en el deporte pero con esa vertiente educativa que creo que es inherente a la naturaleza del deporte, que sea deportiva pero educadora también. Que más que sea en la universidad, necesitas prestar o dar cabida a protagonistas del deporte”.

Por último, José Barrero, que es protagonista de un proyecto nacido en la radio universitaria y que cree extrapolable para la radio comercial: “Claro que sí que es extrapolable, si no con un programa específico solo de deporte femenino, sí teniendo más espacio el deporte femenino en programas de deportes”. Sentencia la incógnita de si la radio universitaria podría ejercer ese papel de ‘impulsador’ de proyectos: “Da (la emisora universitaria) la posibilidad de todo, porque hay una libertad absoluta que es la que te da aprender el trabajo de periodista en radio. A partir de ahí, aprendes en lo referente a contenidos y formatos, pues es el sitio ideal donde ponerlo en marcha”.

Entre los encuestados hay una disparidad manifiesta en la referencia al incremento de la importancia del deporte en la radio universitaria. Cuatro de ellos está totalmente de acuerdo, también cuatro están en parte de acuerdo y cinco en desacuerdo.

Varias son las interpretaciones que hacen los coordinadores, entre ellas, M^a Carmen Robles, de IRadio de la Universidad Católica de San Antonio, que está de acuerdo mientras que “experimenten con otras fórmulas diferentes a las de las emisoras comerciales”. Esta opinión también la apoya M^a Carmen Aparisi, de Vox UJI Radio de la Universitat Jaume I de Castelló, asumiendo que “con los programas que tenemos

actualmente en parrilla es suficiente. Aunque no se descartaría incluir alguno siempre que ofreciera contenidos novedosos respecto a los programas ya existentes”.

Luis Javier Capote, de Radio Campus de la Universidad de La Laguna, incide en la idea de “tener no más y no menos, sino lo justo y necesario”, algo que comparte con Sonia Martínez, de Radio UMH de la Universidad Miguel Hernández de Elche: “debe tener la misma importancia que todas las demás materias: ciencia, economía, etc”, y con Raül Giró, de UAB Ràdio de la Universitat Autònoma de Barcelona: “Debería tener la misma que otros contenidos. Debería haber muchos programas de deporte universitario, así como de, por ejemplo, teatro universitario”.

En la última pregunta del cuestionario se lanza una incógnita que se resume en si cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debería tener espacio en la emisora universitaria, sea un espacio dedicado al algún deporte minoritario o al deporte adaptado. La consigna es clara y domina el sí, pero con matices.

La libertad a la hora de escoger temas o tratar sobre cualquier asunto es fundamental para desarrollar una radio libre y de calidad pero siempre debe estar controlado por profesionales ya que en una gran mayoría de situaciones como hemos visto (Gráficos 4 y 5), son espacios manejados por estudiantes de Periodismo en formación.

En esto hace hincapié Raúl Giró: ““cualquier” es un término muy general. En ‘UABràdio’ estudiamos detenidamente los proyectos teniendo en cuenta el factor calidad y no de si tratamos con una audiencia mayoritaria o minoritaria. En todo caso, la radio universitaria debe permitirse el lujo de no excluir proyectos minoritarios”. Sonia Martínez está de acuerdo con Raül y añade que “ya que las radios universitarias no están supeditadas a las audiencias se pueden tratar disciplinas deportivas que no tratan otros, eso sí, mientras se realicen como en programas de otras materias con buenos recursos en el guión, sintonías, contenidos, formato, entrevistas, testimonios, etc”.

En definitiva, especialistas de la radio convencional y de la radio universitaria como José Barrero están convencidos de que las condiciones en las que se encuentran los alumnos para realizar un programa deportivo son idóneas ya que “la presión por la audiencia no la tienen, la tensión por la publicidad tampoco la tienen. Aquí la tensión que tenemos es por hacerlo cada día mejor. Sí que me doy cuenta de que en la radio

universitaria se acaban encontrando noticias o temas que muchas veces se tratan antes en las radios universitarias que en las radios más importantes”.

Este nicho es, por otro lado, un escenario idóneo para formarte como periodista deportivo y en palabras de José Luis Rojas, el comunicador deportivo ideal: “No dejar de formarse, tener inquietud, leer mucho y prepararse lo mejor posible. La verdad que hoy en día el periodismo no demanda solo un perfil tradicional, sino que también exige otro dominio de técnicas como saber editar imágenes, audio, manejarse bien en redes sociales, etc., para ser lo más polifacético posible”.

Por último, José Juan López Espín, director del Servicio de Comunicación de la Universidad Miguel Hernández y director de Radio UMH, expone en las necesidades que surgen a la hora de hacer una retransmisión de deporte universitario. Para ello, se pone en contexto las retransmisiones que se llevan a cabo en la radio que dirige y que hemos podido trabajar en ellas desde 2014 con un continuo ejercicio de prueba-error.

5. Conclusiones

Las cuatro hipótesis con las que comenzábamos la investigación abordaban el tratamiento que ofrecían las radios universitarias enmarcadas en la ARU del deporte. El paso efímero de los estudiantes por las emisoras universitarias provoca una inestabilidad notable en los proyectos universitarios.

Tras estudiar este suceso con investigadores y profesionales de la radio universitaria y del deporte asimilamos una serie de conclusiones indispensables para entender la situación actual:

1. Después de analizar este condicionante, podemos confirmar que, el periodismo deportivo de calidad puede llevarse a cabo tanto en las radios convencionales como en las universitarias. Eso sí, con unas características indispensables como la preparación, producción, elaboración de guion y posterior realización tanto en directo como en las diferentes plataformas de *podcasting* y *streaming*.

La figura del profesional de la radio debe estar presente siempre en las emisiones o coberturas deportivas resolviendo dudas y formando a los estudiantes, objetivo primordial de la emisora universitaria. Los espacios

universitarios no deben perseguir esos números de oyentes que marcan las empresas a las emisoras comerciales y, por tanto, gracias a esto poseen más libertad para realizar, del modo que mejor convengan, los tratamientos informativos que se pacten desde la dirección de la radio.

2. Mediante los resultados de la investigación se ha comprobado que el deporte universitario tiene su hueco en las emisoras universitarias pero, quizás, muy lejos de la cobertura que debiese ocupar teniendo en cuenta las necesidades que requieren otras disciplinas deportivas ajenas al ‘deporte rey’ como el deporte adaptado o deporte femenino.

El deporte universitario deambula por las radios universitarias con espacios de poca duración y con una irrelevancia inequívoca en las emisoras comerciales.

Las radios universitarias conforman un salvavidas para aquellos y aquellas deportistas que no generan un impacto social suficiente para aparecer en los medios generalistas. Los deportistas encuentran un nicho en el que promover sus actividades, competiciones y demás en busca de una mayor difusión de su deporte.

3. Las emisoras universitarias deben funcionar a modo de incubadora de proyectos pero con unas premisas claras, siempre buscando la profesionalidad y el buen hacer comunicativo. Estos proyectos, que no tienen cabida en las emisoras comerciales por la presión publicitaria, puede desarrollarse en estos espacios tutorizados por uno o varios docentes y, en el futuro, puedan lanzarse a las emisoras comerciales con un plan de viabilidad estudiado y preparado para tener éxito.

La función formativa de la radio universitaria tiene que ir de la mano de prácticas docentes a través de espacios deportivos y de otras temáticas en las parrillas, así como, con la colaboración del Servicio de Deportes de cada universidad, fomentar las retransmisiones del deporte universitario teniendo en cuenta la infraestructura y recursos humanos de cada una, por supuesto.

4. La falta de continuismo en los proyectos que emergen en las radios universitarias supone un hándicap negativo a la hora de plantear espacios deportivos con éxito y trascendentes más allá de las paredes universitarias. En una gran mayoría de ocasiones, estos programas tienen un papel curricular, a modo de presentación de lo que es capaz de hacer un alumno en el mundo radiofónico.

La 'regeneración' de los estudiantes en el paso por las emisoras universitarias es positiva por la renovación continua de ideas pero, esta misma condición, empeora los productos que, año a año, van pasando de unas manos a otras. En esto, la tutorización del docente tiene una importancia capital a la hora de guiar a los estudiantes.

5. Tras conocer el panorama actual del deporte en la radio universitaria a través de la metodología utilizada, con las entrevistas a los expertos y la información obtenida con los cuestionarios, mi propuesta es invertir de una manera más significativa en la formación periodística a través de la radio universitaria y más concretamente, en el panorama deportivo.

Es necesario una red universitaria de colaboración interna con los distintos servicios de asignación de becas, de los servicios de Deportes y de Comunicación, el deporte universitario puede tener un papel vital en el desarrollo de las prácticas de los distintos Grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y porqué no, conformar prácticas para estudiantes de Psicología, Fisioterapia, Podología o Ciencias de la Actividad Física y el Deporte.

Estos estudiantes pueden verse implicados, en un futuro, en situaciones similares en el mundo laboral y la universidad le ofrecería, en este caso, unas prácticas tutorizadas por los docentes y sin moverse del campus universitario.

Volviendo a la materia comunicativa, estos eventos en Estados Unidos tienen una relevancia gigantesca y emisoras tanto comerciales como universitarias se vuelcan. Sin duda, crear una comunidad de oyentes, incitándoles a acudir a las jornadas de deporte universitario y crecer poco a poco sería uno de los objetivos claves de esta propuesta.

Además, los grandes medios radiofónicos tendrían una ‘cantera’ de comunicadores que realizarían retransmisiones deportivas de cualquier deporte que oferten las universidades. Es un formato por explotar, pero con grandes posibilidades. Por esto, conviene estudiar las vías de investigación que se presentan sobre este asunto e ir más allá.



6. Bibliografía

Alcoba, A. (2005). *Periodismo Deportivo*. Síntesis, Madrid. (p. 41).

Balsebre Torroja, Armand (2001): *Historia de la Radio en España*. Volumen I. Barcelona: Cátedra.

Aguaded, I y Martín, D. La radio universitaria en España: comunicación alternativa de servicio público para la formación. *Nueva época*, núm. 25, enero-junio, 2016, pp. 237-265.

Gutiérrez, M y Ribes, X. (2015). Radio, a business model in transition: supply and sales strategies in the digital context [La radio, un modelo de negocio en transición: Estrategias de oferta y venta en el contexto digital]

Malvar, L. (2005). *La radio deportiva en España*. Madrid: Pearson Educación

Marta-Lozano, C. y Martín Pena, D. (2014). Investigaciones sobre radio universitaria: Presente, pasado y futuro. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), 8-25.

Marta-Lozano, C. y Martín Pena, D. (2014). Antecedentes, estado de la cuestión y prospectiva de las Radios Universitarias. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 3 (1), 3-8.

Novelli Osorio, C. y Hernando Gómez, A. (2011). Las radios universitarias. Trayectoria histórica y panorama mundial (pp. 12-28). En J. I Aguaded y P. Contreras (ed.) *La radio universitaria como servicio público a la ciudadanía democrática*. A Coruña: Netbiblo.

Ortiz Sobrino, M. A., Rodríguez Barba, D. y Jacques Cheval, J. (2014). La radio universitaria en el siglo XXI: perspectiva hispano-francesa. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), 61-86.

Ortiz Sobrino, Miguel Ángel (2013): De la propaganda franquista a la Marca España: 70 años de la Radio Exterior de España. *Revista Historia y Comunicación Social*. Madrid, octubre, pp. 219-230.

Segura, A. y Martín, D. (2014). Radio universitaria para la formación: el podcast educativo. *Revista La Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna, diciembre, pp. 1-14.



7. Notas

ⁱ Como pueda ser el caso del equipo de fútbol sala femenino de la Universidad de Alicante que compite en la primera división nacional y recorre Europa participando en distintas competiciones europeas o el equipo de baloncesto del UCAM Murcia, en Liga Endesa.

ⁱⁱ Europea Radio es la emisora universitaria de la Universidad Europea de Madrid en la que José Barrero imparte sus clases de Periodismo Deportivo y Radio Deportiva

ⁱⁱⁱ Radio UMH es la radio universitaria de la Universidad Miguel Hernández de Elche en la que se realiza una retransmisión de todos los deportes de equipo de las distintas jornadas del CADU durante los meses de noviembre y febrero y los CEU a lo largo de abril y mayo.

^{iv} La radio anestesia en España surgió a modo de paliativo a la continua verborrea dictatorial que ejercía la dictadura franquista a través de la radio en esos momentos con retransmisiones, en su mayoría, de fútbol

^v Ivoox es una plataforma en la que es posible escuchar, publicar, descargar y compartir cualquier archivo sonoro. Además, clasifica y elabora listas de recomendaciones para formar una comunidad de oyentes que catalogan y ayudan a valorar los audios subidos a la web

^{vi} Soundcloud es una plataforma similar a Ivoox y que propone una alternativa con una interfaz más dedicada al mundo de la música pero también como plataforma para almacenar elementos radiofónicos.

^{vii} La finalidad de uWhisp es humanizar las redes sociales para acabar construyendo algo útil para millones de usuarios y de seguir creciendo profesionalmente en las áreas de desarrollo de negocio, marketing y producto.

8. Anexos

8.1 Entrevista Daniel Martín Pena

Pregunta: ¿Cómo ha evolucionado la ARU desde su creación en 2011 hasta el día de hoy?

Respuesta: Pues mira precisamente el día 28 (de noviembre) vamos a hacer 5 años y la ARU la verdad es que ha evolucionado mucho en grandes líneas como ha sido la producción de contenidos, ahora mismo estamos coproduciendo dos contenidos de divulgación de la Ciencia a través de ‘Semillas de Ciencia’ y el informativo de ARU. Después hemos avanzado también en la realización de programas especiales como ha sido el ‘Día de la Radio’, que se hace siempre el 13 de febrero y ya llevamos 6 ediciones... Eso en cuanto a tema de contenidos. En cuanto al tema de ampliación de la red, también hemos avanzado mucho.

Hay que tener en cuenta que al principio éramos 21 emisoras y ahora estamos superando ya las 30 con las últimas incorporaciones que se van a producir a lo largo del próximo año 2017. Entonces, hemos crecido. Eso quiere decir que el movimiento de la radio universitaria en España se está consolidando.

También otro gran momento ha sido el acercamiento a las emisoras estudiantiles europeas y, sobre todo, a las latinoamericanas con las que tenemos una estrecha relación, colaboramos con ‘Semillas de Ciencia’ por ejemplo, y de hecho formamos parte de la RRULAC (Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe) que es la gran red de redes de Latinoamérica y del Caribe.

Otro hecho importante a destacar es que dentro de la CRUE (Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas), hemos conseguido formar parte como asociación de radios universitarias del grupo de trabajo de contenidos audiovisuales y multimedia, el GECAM. Además de la tercera ocasión consecutiva que se realiza el encuentro de radios universitarias en los cursos de verano desde El Escorial con el programa especial ‘Diálogos desde El Escorial’.

En ese sentido, yo creo que el avance es claro, positivo y está permitiendo una cierta consolidación y posicionamiento de la radio universitaria que era lo que queríamos cuando pusimos en marcha esta asociación, que si bien se produce el pistoletazo de salida en 2011, sí que previamente en 2010 se firma el acuerdo interuniversitario de radios universitarias.

P: ¿Crees que la sociedad considera a las radios universitarias como algo más que una herramienta formativa para los estudiantes de la rama de comunicación o incluso de otras carreras?

R: Siendo sinceros, eso es lo que a mi me gustaría. Pero la radio universitaria, en localidades pequeñas como por ejemplo Huelva en la que además emite en FM, tienen un impacto social grande. Me refiero a que es bastante escuchada en la ciudad. Igual pasa en Salamanca. El hecho de que una radio universitaria emita en FM de manera legal da un punto a favor a la hora de tener esa presencia social y superar el hermetismo, por decirlo de alguna manera, de “es una radio para alumnos...”.

Yo soy partidario de la emisión online, de los podcast, de las app y creo que son el futuro de la radio. Pero sí que tengo que decir que para tener una presencia social mayor sí que es fundamental la emisión en FM. Fuera de las grandes ciudades sí que se puede decir que tienen ese impacto social característico que deben de tener estas emisoras y que están muy marcados, por ejemplo, en las emisoras latinoamericanas.

P: ¿Cuál es la mejor y peor cualidad de la ARU a día de hoy en la materia deportiva?

R: Creo que en materia deportiva se podría innovar un poco más. Los programas que han pasado por aquí se acercan al formato clásico que escuchamos en la radio convencional y creo que al estar en una radio universitaria, donde la universidad es innovación, es experimentación, yo creo que debería avanzar un poco más. Sé que hay emisoras que sí que tocan otros deportes, que intentan hacer otros formatos... Pero en líneas generales cuando vienen los alumnos para hacer un programa de deporte, vienen para ser “imitadores de” y ese es quizá el punto negativo.

El punto positivo que yo creo que estamos haciendo bien es que estamos dando a conocer mucho deporte universitario. Yo creo que la mayoría de emisoras universitarias, bien en sus informativos o bien en programas específicos, tocan el deporte universitario el cual da mucho juego.

P: ¿La radio universitaria debería funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos relacionados con el periodismo deportivo?

R: Por supuesto que sí. Te cuento la anécdota de unos chicos que ahora tienen un futuro laboral brillante y que ahora están trabajando en la Cadena SER que para un estudiante de Periodismo es como la cima. Estos chicos hacían todos los días un programa deportivo que estaba muy bien, de 3 a 4 de la tarde. Contactó con nosotros un programa de la radio de Toledo que quería que esos chicos conectaran con ellos todos los días. Entonces conectaban a través de internet para que estos chicos hicieran el programa y se emitiera en esa emisora. Algo bueno estarían haciendo esos chicos cuando una radio de un pueblo de Toledo se enteraron de que estaban haciendo ese programa y quisieron que ese programa pasara por su emisora.

¿Con esto qué quiero decir? Que aquí en la radio universitaria sucede que esto es una plataforma de innovación, de probar formatos, de darte a conocer, de mostrar qué estamos haciendo y qué ofrecemos a las parrillas radiofónicas convencionales. Los alumnos que vengan aquí, tienen que tener una idea de crear un proyecto deportivo diferente, porque en cualquier momento ese proyecto puede saltar a una radio local, a una regional y poder proponerlo y venderlo en estas emisoras.

P: ¿El continuo trasiego y renovación de estudiantes al se una universidad puede suponer una dificultad añadida para asentar proyectos en la radio universitaria o si el objetivo es formarlos y lanzarlos a grandes emisoras?

R: En esto tengo una doble visión. Por un lado, el programa que te digo deportivo que era “Fuera de juego”, los chicos presentaron la renovación del proyecto y con otros alumnos no era lo mismo. Es decir, al final cuando se van las personas muchos proyectos mueren. Es el problema de las radios universitarias, el no tener una plantilla fija. Cuando llega la época de exámenes que se para la programación, es un gran

problema que tenemos aquí en España, en Latinoamérica eso no ocurre porque tienen una plantilla más estable. También hay programas que con el cambio de generación se van perdiendo, se pasan de unos alumnos a otros pero que acaban haciéndolo suyo y se pierden. Insisto en que debemos de utilizar la radio universitaria desde el punto de vista formativo y también desde el punto de vista de saber tú venderte, de crear tu propio producto.

Creo que en ese sentido, tenemos la parte negativa de la regeneración de alumnos y programas no funciona. No tengo ningún caso de éxito. Pero sí que la parte positiva de “voy a hacer un programa de radio durante 3 años y lo voy a hacer lo mejor posible porque va a ser mi carta de presentación”.

P: Has comentado antes que el papel del deporte universitario está ahora más vigente en una gran cantidad de radios universitarias, pero esto hasta hace poco no existía. ¿Por qué crees que el papel de la radio ha sido más bien testimonial?

R: Yo creo que la gente que es la responsable de los servicios de deporte de las universidades no habían visto la utilidad que les podía ofrecer la radio universitaria. Aquí la verdad es que desde el inicio tuvimos la suerte de que la responsable aquí en Badajoz vio útil tener un programa de radio. Creo que en Almería también. Eso va mucho con la persona responsable. Porque si ellos ven la utilidad de la radio universitaria, aquí se llama “Onda deportiva”, vienen y luego lo cuelgan en su blog y traen todas las semanas a deportistas y gente que compite a nivel nacional en los campeonatos universitarios. Pero hay otras universidades que no han visto esa utilidad, ven el deporte como algo más secundario y yo creo que es un error.

P: ¿Qué papel debe de jugar la radio universitaria a la hora de tratar los deportes minoritarios, el adaptado o el femenino?

R: Mira, te voy a poner un ejemplo, nosotros ahora mismo hemos creado una revista que imprimimos en papel todos los meses. No tocamos política, ni economía y solo tocamos deporte minoritario, no quiero deporte masivo, solo minoritario. ¿Por qué? Porque yo creo que debemos poner sobre la mesa otros deportes. Yo creo que en la

radio universitaria hay que dar voz a los que no tienen voz, porque eso nos va a hacer más fuerte y nos va a diferenciar.

P: ¿Debería la radio universitaria lanzarse a retransmitir esas disciplinas, no hablando solo de fútbol, sino de cualquier deporte en las distintas regiones donde se encuentran? Para cubrir esos huecos de las cadenas que no lo cubren.

R: No está mal, eso cubre la doble visión de formar al alumno porque se está formando en llevar la radio a exteriores, en ponerse en situación de retransmitir este partido como si lo estuviese haciendo para la radio más importante del mundo y en ese caso lo estás haciendo para tu radio universitaria y tiene que salir exquisito. Ahí estás poniéndole en una situación de juego real, de ponerse en una situación que va a vivir en el futuro seguramente. Y después estás cubriendo el hueco que decía que hace falta y si la radio convencional no llega, vamos a poner la radio universitaria a que cubra ese gran hueco que queda. Deberíamos ponerlo en nuestras parrillas para cumplir con ese objetivo de servicio público, porque al final no nos olvidemos que es un servicio público.

P: ¿Debería la radio universitaria lanzarse a retransmitir las disciplinas deportivas de los equipos de la ciudad en las que se encuentran?

R: Si se propone lo sacamos. De hecho, una de las emisoras que mejor se mueve en el tema deportivo es la emisora Europea de Madrid, Europea Radio, que han retransmitido Eurocopas y hacen un montón de programas de deportes.

La mayoría de emisoras tienen la capacidad para hacerlo, otra cosa es la voluntad. Tenemos el error de no sacar mucho la radio fuera de los muros de la universidad. Para mí, sacar la radio, es la filosofía principal. Creo que los medios los tenemos, hay que darle facilidades a los alumnos, hoy en día se puede retransmitir donde sea, pero hace falta la voluntad.

8.2 Entrevista José Luis Rojas

Pregunta: ¿Qué debe tener en cuenta un universitario para realizar buen periodismo deportivo?

Respuesta: No dejar de formarse, tener inquietud, leer mucho y prepararse lo mejor posible. La verdad que hoy en día el periodismo no demanda solo un perfil tradicional, sino que también exige otro dominio de técnicas como saber editar imágenes, audio, manejarse bien en redes sociales, etc. para ser lo más polifacético posible. Ya no solo por medios de cuenta ajena, incluso como autónomo o colaboraciones con otros periodistas para formar nuevos medios. A partir de ahí, la preparación, todo lo que sea formarse siempre será un valor más.

P: ¿Qué pautas deben marcar los docentes para formar a los estudiantes?

R: No es fácil porque el grado de periodismo dedica solamente 4 meses de la carrera a la asignatura de Periodismo deportivo, obviamente no son suficientes. Se requiere trabajo, formación y experiencia. Cabría destacar qué se está haciendo en el periodismo internacional, ampliar las miras a otros países y otros periodismos. Por otro lado, ampliar la perspectiva de que hay muchos deportes, no solo los que salen en los medios y ese concepto universal del deporte explicarlo. Llevar fuentes y periodistas, yo creo que la mejor fórmula es llevarte el periodismo al aula. Se trata de hacer llegar esa realidad de boca de los protagonistas. Recordar que el periodismo son valores, fundamentos, que aunque sea periodismo digital o tecnológico lo que perdura son los valores tradicionales y eso no debe perderse nunca.

P: Decías en una entrevista del blog ‘Cartas de Coubertin’ que si surgiera una apuesta similar a la de L’Equipe en España no sabrías si habría paciencia empresarial suficiente para sostener un producto que necesitase una gran cantidad de apoyos. Si lo extrapolamos a la radio, y más concretamente en un proyecto, ya no solo de radio si no de universidad, ¿piensas que el panorama es similar en la universidad?

R: La verdad es que la apuesta del sistema deportivo español universitario no se puede comparar con otros países como Estados Unidos o incluso en otros países como México o Reino Unido. Creo que esa es una falta que hay en este país, en general, con alguna excepción como puede ser la UCAM y algún otro centro especializado que se esfuerza por hacer cantera en las facultades, pero escasea. Si no se continúa con esa labor de formar desde la base, desde la tecnificación, a deportistas que están en edades ya próximas a la profesionalización, difícilmente se pueden conseguir mejores resultados. Es una carencia evidente del sistema deportivo español, el no apostar más por el deporte universitario.

P: ¿Consideras que espacios en la radio universitaria, que quizá no tienen ese yugo de la publicidad y presiones mediáticas, pueden funcionar a modo de incubadora? Tenemos el ejemplo de Marca Plus de unos alumnos que terminan consiguiendo éxito en la salida al ámbito laboral. ¿Crees que la radio universitaria puede ser un nicho para crear este tipo de proyectos que de primeras no tienen cabida en la radio comercial?

R: Yo creo que sería parte del concepto de radio universitaria. Centrada en el deporte pero con esa vertiente educativa que creo que es inherente a la naturaleza del deporte, que sea deportiva pero educadora también. Que más que sea en la universidad, necesitas prestar o dar cabida a protagonistas del deporte, que son importantes que pertenecen a nuestro entorno más cercano. La universidad se vértebra en torno a una comunidad, una ciudad, una región, etc. Un ejemplo interesante de esta posibilidad son proyectos que se han puesto en marcha a partir de universidades a través de radios y televisiones universitarias. Me acabo de acordar de un proyecto que hace José Barrero, “Deporte y género” en la Universidad Europea de Madrid que habla de deporte y mujer.

Un modelo interesante que empezó como un proyecto educativo y mediático de carácter universitario que después ha trascendido y se ha extendido al conjunto de la sociedad a través de publicaciones, actividades, jornadas, congresos, etc. Yo creo que esa es la manera que tiene la universidad, apoyándose en sus medios, la radio por ejemplo, para promover iniciativas, debates y extenderlo, porqué no, al resto de los medios que se hagan eco de la importancia que puede tener el deporte más allá de la pura competición profesional.

P: Y sobre esto último vamos a hacer hincapié ahora. ¿La radio universitaria debería imitar lo que ya existe en las parrillas o tiene que ser un medio para innovar completamente?

R: Yo creo que el concepto de radio universitaria no tiene nada que ver con la radio comercial. La radio universitaria partiría de un concepto básico de servicio público, en primer lugar a la comunidad universitaria a la que se dirige y en segundo término al resto de la sociedad en la que se inserta. Por tanto, pensar en términos comerciales no tendría mucho sentido. A partir de ahí, buscar contenidos innovadores, pueden ser innovación temática, como hemos hablado al incorporar protagonistas que no están en los medios. No tiene porqué dejar de informar de otras cuestiones que están en los medios.

Yo creo que se puede hacer algo equilibrado entre lo que se considera más mediático y aquello que interesa socialmente, que no siempre se corresponde. No siempre el hecho de que la portada se le conceda a un equipo de fútbol sea eso lo que más le pueda interesar a una comunidad local, ni mucho menos. Por tanto hay que prestar atención al conocimiento de la audiencia y de la comunidad a la que pertenecen y a partir de ahí crear contenidos que satisfagan esa necesidad.

P: Vemos algunos equipos que adoptan el nombre de sus propias universidades. Ejemplos como la Universidad de Almería, la Universidad de Alicante tiene equipo de baloncesto, la propia UCAM como has comentado antes. ¿De qué manera tienen que estar unidos universidad y deporte para tener un camino contiguo y que no se derive demasiado al deporte ni demasiado al término universitario, un camino que satisfaga las dos necesidades.

R: Yo creo que hay varios elementos, por un lado el ligar deporte a universidad, porque es verdad que el concepto universitario sigue siendo todavía un concepto de institución, respetada, de prestigio social, y que una entidad deportiva que encuentra el apoyo, el aval de una universidad, pues eso crea un clima positivo o imagen positiva, proyección social. Y desde el punto de vista de la entidad deportiva, incorporar ese elemento, ese

naming, esa parte de la nomenclatura de su entidad con la universidad creo que también es interesante con ese objetivo.

El desligarlo de lo puramente universitario, pues hombre, evidentemente hay equipos que no son puramente universitarios que se llaman Universidad de.., que están en división de honor, en primeras ligas. Pero bueno, creo que forma parte de la naturaleza del deporte. Se me ocurre ahora mismo la UNAM, de México que tiene un equipo profesional de fútbol, los Pumas. ¿Son universitarios? No, pero van ligados a una cultura, a una tradición de deporte universitario que nunca está de más recuperar. Creo que la naturaleza del deporte y la universidad están muy relacionados.

P: ¿Alguna técnica de investigación innovadora que esté ahora mismo en auge?

R: Hay que tener en cuenta la aplicación de las nuevas técnicas basadas en un mayor volumen de datos, análisis de datos, el grafismo, el Big Data. Pero bueno, las técnicas de reporterismo clásicas están ahí: investigar, recolectar información, saber seleccionar, saber contrastar y tampoco dejarse llevar por la rapidez de las redes sociales. Ya no solamente limitarnos a producir, escribir o hablar, si no a saber cómo distribuir bien esos contenidos. Esa es una labor nueva, una tarea adicional que tenemos los periodistas.

P: En tus estudios y obras abordas cómo hacer buen periodismo deportivo pero, en la mayoría de las ocasiones enfocado a los medios convencionales. Ahora bien, ¿son extrapolables algunas medidas al ámbito universitario?

R: En general, sí. Dentro de la realidad te puedo hablar de algunas particularidades pero el buen periodismo debe ser aplicable en todos los ámbitos, universitario, local, generalista... Evidentemente las temáticas, los enfoques, los protagonistas cambiarán, pero las técnicas, los conceptos y los criterios de selección de jerarquización de contenidos basados en el interés general, basados en escribir bien en verificar, en investigar, deben ser los mismos.

8.3 Entrevista José Barrero

Pregunta: Después de su paso por Radio Marca, Radio Nacional y demás empresas de comunicación, ¿qué aspectos cambian de la radio comercial/pública a la radio universitaria?

Respuesta: Hombre lo básico es que los alumnos y alumnas que están trabajando en la radio universitaria son eso, alumnos, están todavía formándose. Yo me sorprende cada vez más cómo van evolucionando a lo largo de la carrera o cómo van madurando de manera que esas distancias se van a cortando entre los profesionales que están trabajando ya fuera y los que están trabajando en una radio universitaria. Yo tengo la fortuna de trabajar con mis alumnos que están en los últimos años de la carrera y que ya son prácticamente profesionales. ¿Más diferencias? Es que son grandes, porque la presión por la audiencia no la tienen, la tensión por la publicidad tampoco la tienen. Aquí la tensión que tenemos es por hacerlo cada día mejor. Sí que me doy cuenta de que en la radio universitaria se acaban encontrando noticias o temas que muchas veces se tratan antes en las radios universitarias que en las radios más importantes.

P: ¿Qué papel debe jugar la radio universitaria a la hora de tratar deportes minoritarios, deporte adaptado o al minusvalorado deporte femenino?

R: Yo cabida sí que creo que tiene solo que falta gente que apueste por ello. Esta historia a mí se me ocurre dando clase de Periodismo Deportivo y Radio Deportiva en 2008 y pidiéndoles una práctica a los alumnos de “para la semana que viene tenéis que traerme una noticia sobre deporte femenino” porque el programa de radio de la semana siguiente lo íbamos a centrar en el deporte femenino. ¿Qué pasó? Que en las noticias que me trajeron para preparar el programa estaban tan anticuadas, te hablo de 7 u 8 meses atrás, y era lo que había en internet. ¿Qué detecto yo en ese momento? Que no se le daba prácticamente cabida en absoluto al deporte femenino, te hablo de los medios de comunicación generalistas.

P: Y a parte de la cobertura, también en el tratamiento hacia las deportistas es insuficiente.

R: Yo creo que sí. Cuando lanzamos Solo Deporte Femenino fue para eso, para hablar de deporte femenino y nada más. Creo que era muy pionero. A nivel universitario no conozco ningún otro, y luego sí que fui descubriendo cosas que sí que se hacían en radios locales que hablaban de deporte femenino en exclusiva, pero ya no eran a nivel universitario. Me suena que había uno en Cataluña nada más, te estoy hablando del año 2009. Creo que el tratamiento que se les da está creciendo, ha cambiado mucho desde el 2009 hasta el 2016 que estamos terminando ahora, está creciendo y mucho a todos los niveles, no solo en la radio sino en todos los medios de comunicación pero también es verdad que queda todavía mucho por hacer y eso se refleja mucho en que todavía no acaban de apostar los grandes medios por la información deportiva de manera seria.

Sí que se van ganando páginas en los periódicos deportivos, por ejemplo las Leonas en Rugby si que las vemos ocupando páginas enteras en Marca. Ya no es solo en el periodo de los JJOO, que en ese tiempo se abre siempre el abanico a todos los deportes y deportistas. Pero cuando se acababan los JJOO muchos se quedaban en el baúl de los recuerdos hasta dentro de cuatro años más. Esa es una de las grandes injusticias que hay en el mundo de la Comunicación. Hay que informar de todos los deportes, de todas y todos los deportistas y creo que eso es algo a lo que se está intentando acercar con el hecho de cada vez más Medios de Comunicación pues se está abriendo cada vez más esa especialización a deportistas y en deportes.

¿Cómo está el tratamiento? Pues en muchos casos para llamar la atención se tira de hilos o se acaban haciendo la presentación del deporte femenino desde un hilo que no es el más adecuado. Si hablan de “la mujer de un jugador de fútbol que ha conseguido una medalla en Río” eso no se puede admitir, es discriminatorio hacia la mujer por dejarla en un segundo plano. Creo que hay muchas injusticias en el panorama de los contenidos, estoy muy sensibilizado con este tema.

P: Siendo profesor de periodismo deportivo en la Universidad Europea de Madrid, ¿de qué manera maneja usted la infraestructura de la radio universitaria como complemento a su asignatura?

R: Doy la asignatura de Radio Deportiva y de Periodismo Deportivo, las dos, que son dos asignaturas distintas. El oficio de periodista deportivo lo aprenden en la asignatura

de Radio Deportiva dentro de un estudio, lo aprenden haciendo prácticas. Creo firmemente que la manera de aprender el oficio de periodista deportivo en radio es en un estudio y la asignatura está enfocada desde ahí, todos los géneros, todos los tipos de programas que te puedes encontrar relacionados con deportes en una radio convencional los ponemos en práctica en la radio deportiva, los ponen en práctica los alumnos que son ellos los que entran en el estudio. Yo estoy desde fuera disfrutando de cómo están evolucionando. Está totalmente relacionada la asignatura con la radio que tenemos aquí en la Universidad. La radio que tenemos aquí es Europea Radio y hacemos el programa Solo Deporte Femenino y si hay que narrar un partido que coincide con la asignatura, lo narramos.

R: ¿Se cubre el deporte universitario en la Universidad Europea de Madrid?

Sí, en alguna ocasión las noticias de deporte universitario también. Es lo que tenemos más a mano. También se hacen programas especiales, en los JJOO, Eurocopas... Se hace un programa que se llama En Marcha, en este caso sí que lo maneja un compañero Javier de la Rubia de la Facultad de Educación Física y lleva 7 u 8 años haciendo el programa, más especializado como experto que es en el contenido que en la forma. Ahí abordan muchísimos temas, es una joya.

P: ¿Crees que Solo Deporte Femenino es extrapolable a la radio comercial?

R: Sí. Por ejemplo, en Radio 5, en RNE se está haciendo un microespacio que está asesorado por el Consejo General de Deportes que es Por Nosotras que lo hacen en colaboración con la Agencia EFE y abordan solo la información deportiva femenina. En Aragón también recuerdo que había uno en la radio regional. Claro que sí que es extrapolable, si no con un programa específico solo de deporte femenino, sí teniendo más espacio el deporte femenino en programas de deportes, donde se hable de todo el deporte.

P: ¿Qué papel posee la radio universitaria a la hora de crear proyectos periodísticos? ¿Se puede considerar a la radio universitaria una especie de incubadora para proyectos que no tendrían futuro en la radio convencional?

R: Yo creo que sería muy interesante. La radio universitaria lo bueno que tiene es eso, sobre todo cuando te encuentras con docentes que están ilusionados con encontrar nuevas fórmulas para poder salir adelante y también en los programas especializados que luego tienen un gran recorrido a través de los podcast. Creo que la radio universitaria te da la posibilidad de todo, porque hay una libertad absoluta que es la que te da aprender el trabajo de periodista en radio. A partir de ahí, aprendes en lo referente a contenidos y formatos, pues es el sitio ideal donde ponerlo en marcha.



8.4 Entrevista José Juan López Espín

Pregunta: ¿Qué problemas afronta la UMH para realizar las retransmisiones del CADU y del CEU?

Respuesta: Los problemas siempre suelen ser los mismos. Los recursos de los que disponemos son escasos en el sentido de poco dinero y pocos recursos humanos. Eso hace que sea muy difícil impulsar cualquier proyecto como dichas transmisiones. Sin embargo, tenemos la opción de contar con estudiantes en prácticas y profesores colaboradores que en muchos casos sostienen muchos de los proyectos de la UMH. En este caso ocurre lo mismo.

P: ¿Qué se puede mejorar en el régimen interno de la universidad para un óptimo funcionamiento de las retransmisiones?

R: Quizás agilidad entre los servicios que colaboramos en ello. Me refiero al servicio de deportes, al de comunicación, concretamente la radio universitaria, y el observatorio ocupacional.

P: ¿Cuáles consideras que son las fortalezas de la Radio UMH a la hora de llevar a cabo las retransmisiones del CADU/CEU? ¿Y las debilidades?

R: Las fortalezas son claramente la calidad de la tecnología usada, y la radio en general, y de las personas que participan en ello. Las debilidades, como siempre, son el tener que usar becas y colaboraciones al no disponer de ningún tipo de contrato.

P: ¿Consideras que debería existir una figura titular responsable de esta cobertura deportiva (un profesor doctor)?

R: Considero que en la titulación de periodismo se debería impulsar más el periodismo deportivo. En general eso.

P: ¿Consideras que los alumnos que vayan a hacer estas prácticas deberían tener algún tipo de formación por parte del tutor profesor previa a las retransmisiones?

R: Sí, deberíamos de tener una colaboración activa con la asignatura o profesores de periodismo deportivo. Es algo que está pendiente todavía.

P: ¿Cuál debería ser la guía al uso para la coordinación de servicios de la propia Universidad Miguel Hernández para llevar a cabo la retransmisión?

R: Pues quizás un protocolo de actuación en el que un servicio, posiblemente deportes, nos coordine a todos. O algo parecido. La verdad es que no tengo clara la respuesta a esta pregunta.

P: ¿Cuál crees que debería ser la inversión tanto económica como humana para llevar a cabo una retransmisión profesional?

R: Creo que con dos personas responsables y 5 o 6 estudiantes en prácticas se haría bien las transmisiones, incluso por streaming. Por lo tanto, sería suficiente con el dinero suficiente para cubrir dichas becas.

P: ¿Crees que tendría un impacto y éxito notable esa retransmisión profesional?

R: Creo que poco a poco podría tener su hueco en la sociedad y tener una audiencia notable. Sabemos que las audiencias no se ganan de un día para otro por lo que habría que trabajar duro. Pero está claro que tiene potencial y un nicho de gente interesada en seguir las retransmisiones por lo que al final, si la calidad es buena, tendría su impacto destacable.

P: ¿Crees que se podría exportar el modelo al resto de universidades a nivel nacional?

R: No lo tengo claro. Después de conocer como funcionan la mayoría de ellas creo que sería difícil. Si algo cuelga en las radios universitarias en general es la falta de recursos y de personal. ¡Falta siempre dinero! Así que la mayoría no podría hacerlo salvo que consiguieran recursos extra.

8.5 Cuestionarios

Cuestionario Radio Universitaria (Vox UJI Radio) - M^a Carmen Aparisi

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:
 - 1:
 - 2:
 - 3:
 - 4 o más: X

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):
Sintonitza amb l'esport
Villarreal CF Radio (dos programas semanales)
Planeta Futbol
Radio Castalia

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?
 - 30 min.:
 - 60 min.:
 - 90 min.:
 - Otra, indique cuánto: Entre 15 y 60 minutos

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?
 - Fútbol: X
 - Baloncesto:
 - Balonmano:
 - Otros, indique cuáles: Todos los que ofrece el Servicio de Deportes

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?
 - Sí: X (información, no retransmisiones)
 - No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:
 - Alumnos: X
 - Profesores:
 - Colaboradores externos: X
 - PAS: X

7. Si los programas previamente mencionados los realizaran los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí: X
- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM: X
- Podcasting: X
- A través de una plataforma de streaming: X

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco:
- Semejante a otras temáticas: X
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática: X
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
- Innovación: X
- Únicamente con fines educativos: X
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora:

❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo: X
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones: Creo que con los programas que tenemos actualmente en parrilla es suficiente. Aunque no se descartaría incluir alguno siempre que ofreciera contenidos novedosos respecto a los programas ya existentes.

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: X
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Cuestionario Radio Universitaria (UPV RADIO) - María Rosario Zorio Grima

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:
 - 1:
 - 2: X
 - 3:
 - 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s): Todo ciclismo y Nostresport

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?
 - 30 min.:
 - 60 min.: Todo ciclismo y Nostresport
 - 90 min.:
 - Otra, indique cuánto:

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?
 - Fútbol: x
 - Baloncesto: x (menor medida, pero se menciona en Nostresport)
 - Balonmano:
 - Otros, indique cuáles: ciclismo

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?
 - Sí: se cubren los resultados finales de la temporada o eventos especiales en las noticias del informativo
 - No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:
 - Alumnos:
 - Profesores:
 - Colaboradores externos: sí, y por Personal de Administración y Servicios

7. Si los programas previamente mencionados los realizaran los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí:
- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM: x
- Podcasting: x
- A través de una plataforma de streaming: nuestra web emite en streaming

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco: x
- Semejante a otras temáticas:
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática:
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”: x

❖ Observaciones: Creemos que es importante que tengan su espacio en las radios universitarias, al mismo nivel que otros temas relacionados con la misma.

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
- Innovación:
- Únicamente con fines educativos:
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora: x

❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: X
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: X
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: x
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones:

Cuestionario Radio Universitaria (Radio Unizar) - Carmen Marta

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:
 - 1: X
 - 2:
 - 3:
 - 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):
Tiempo de Deporte

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?
 - 30 min.:
 - 60 min.:
 - 90 min.:
 - Otra, indique cuánto: hasta 15 minutos, es una emisora podcast

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?
 - Fútbol: x
 - Baloncesto: x
 - Balonmano: x
 - Otros, indique cuáles: información de deportes alternativos y de otros eventos de deporte universitario

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?
 - Sí: x
 - No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:
 - Alumnos: x
 - Profesores:
 - Colaboradores externos:

7. Si los programas previamente mencionados los realizan los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí: x
- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:
- Podcasting: x
- A través de una plataforma de streaming:

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco:
- Semejante a otras temáticas: x
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática: x
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:

- Innovación: x
- Únicamente con fines educativos:
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora:

❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: x
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: x
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: x
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Cuestionario Radio Universitaria (Radio UNAV) - Eva Lus

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

Tomando como referencia la programación del curso académico 2015-2016

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:
 - 1:
 - 2: **X**
 - 3:
 - 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):
Fútbol con acento
Qué fue deportivo

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?
 - 30 min.: **X**
 - 60 min.:
 - 90 min.:
 - Otra, indique cuánto:

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?
 - Fútbol: **X**
 - Baloncesto:
 - Balonmano:
 - Otros, indique cuáles:

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?
 - Sí:
 - No: **X**

6. Sus programas deportivos son realizados por:
 - Alumnos: **X**
 - Profesores:
 - Colaboradores externos:

7. Si los programas previamente mencionados los realizan los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí: **X**
- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM: **X**
- Podcasting: **X**
- A través de una plataforma de streaming: **X**

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco: **X**
- Semejante a otras temáticas:
- Mucho:
- Pleno:

- ❖ Observaciones: no hay tanta colaboración con el servicio de deportes de nuestra Universidad en buena medida porque los alumnos hacen sus programas y en ocasiones priorizan, por cuestión de tiempo e interés, el deporte nacional.

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática:
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario: **X**
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

- ❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si

piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
- Innovación: **X**
- Únicamente con fines educativos:
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora:

- ❖ Observaciones: siendo los fines educativos la razón de ser de las emisoras universitarias, la innovación debe ser uno de los motores de estas radios, mucho más que la imitación.

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: **X**
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: **X**
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: **X**
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Cuestionario Radio Universitaria (Radio UMH) - Sonia Martínez

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:

- 1:
- 2:
- 3:
- 4 o más: X

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):

- A la cola del pelotón
- A tiro de tres
- Fútbol sin fronteras
- Más allá del fútbol
- Pase al hueco
- Tres-D
- Verdeocreamarillo

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?

- 30 min.:
- 60 min.:
- 90 min.:
- Otra, indique cuánto:

Depende, hay programas de 30, otros de 60 e incluso de más minutos en caso de retransmisiones deportivas como la emisión del CADU en Radio UMH.

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?

- Fútbol: x y futbol sala.
- Baloncesto: x
- Balonmano:
- Otros, indique cuáles: Ciclismo y en “Más allá del fútbol” es polideportivo, de todo un poco, balonmano, tenis, tuvimos hace un par de temporadas de Esquí con “Bola de Nieve”, también en Córrete la Banda era de fútbol pero trataban y entrevistaban a deportistas de otras disciplinas.

Montañismo y senderismo, con el programa Verdeocreamarillo

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?
- Sí: X
 - No:
6. Sus programas deportivos son realizados por:
- Alumnos: x
 - ALUMNI UMH : X
 - PAS: X
 - Profesores: Han venido a entrevistas los profesores de CAFD, pero en concreto no tienen ninguno.
 - Colaboradores externos: En ocasiones y determinados programas por la especialización tienen colaboradores
7. Si los programas previamente mencionados los realizaran los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?
- Sí: De PERIODISMO, DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL y el programa TRES-D de Deporte Adaptado es de un alumno de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.
 - No:
 - Sí, en su mayoría:
8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?
- En FM: X
 - Podcasting: X
 - A través de una plataforma de streaming: X
9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:
- Ninguno:
 - Poco:
 - Semejante a otras temáticas:
 - Mucho:
 - Pleno: X
- ❖ Observaciones
10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de

conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática:
 - Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
 - No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
 - Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:
- ❖ Observaciones: Considero que en la RADIO UMH se le da muchísima importancia a todas las temáticas incluido el DEPORTE y especialmente al DEPORTE UNIVERSITARIA, algo que consideramos de forma muy positiva por la implicación de los estudiantes, la manera en la que podemos llegar con las retransmisiones a toda la Comunidad Universitaria y a los familiares y seguidores de los deportistas y además la ponemos a disposición de cualquier universidad para que nos sigan y nos escuchen ya que otras Universidades no hacen ese tipo de emisiones.

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
- Innovación: X
- Únicamente con fines educativos:
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora: X

❖ Observaciones

Debemos innovar y cubrir emisiones deportivas que las radios convencionales y comerciales no realizan y también emitimos lo que los demás en formatos que los alumnos nos solicitan con el fin de que practiquen en esos formatos si es a lo que se quisieran dedicar en un futuro.

Eso sí, las retransmisiones en directo de partidos del CADU son una magnífica experiencia como práctica real de las emisiones de partidos de radios comerciales, en plan “carrusel”, simultaneidad de partidos, disciplinas, encuentros, noticias, última hora, entrevistas, etc. son una magnífica escuela de prácticas para los estudiantes que se quieren

dedicar al periodismo deportivo, sobre todo porque se práctica mucho el tema de la improvisación, herramienta muy útil para cualquier periodista radiofónico, en el que en la mayoría de las ocasiones en periodismo Deportivo tienes que salir del guión.

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones, de acuerdo, en el sentido de que todo lo que sirva para innovar es positivo, sin perder tampoco las bases del periodismo radiofónico más convencional y el conocimiento de los formatos más usuales, tanto con la teoría que se explica en el Grado, en las propias clases y lo que se pueda hacer en la Radio Universitaria.

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones, debe tener la misma importancia que todas las demás materias, ciencia, economía, etc. y en RADIO UMH todas las disciplinas tienen y se les da la misma importancia. Eso sí en Radio UMH por la cobertura del CADU, las emisiones y el seguimiento se realiza previamente la programación reservando los días al CADU para toda la programación del curso, en RADIO UMH apostamos por el DEPORTE UNIVERSITARIO.

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

- ❖ Observaciones. Sí, ya que en las Radios Universitarias que no están supeditadas a las audiencias se pueden tratar disciplinas deportivas que no tratan otros, eso sí, mientras se realicen como en programas de otras materias con buenos recursos en el guión, sintonías, contenidos, formato, entrevistas, testimonios, etc.



Cuestionario Radio Universitaria (Radio EPS) - Carlos Guillem

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:

- 1:x
- 2:
- 3:
- 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):

sportsUA

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?

- 30 min.:x
- 60 min.:
- 90 min.:
- Otra, indique cuánto:

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?

- Fútbol:x
- Baloncesto:x
- Balonmano:x
- Otros, indique cuáles: resumen de todos los deportes de la UA

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?

- Sí:x
- No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:

- Alumnos:x
- Profesores:
- Colaboradores externos:

7. Si los programas previamente mencionados los realizasen los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí:x

- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:
- Podcasting:x
- A través de una plataforma de streaming:

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco:x
- Semejante a otras temáticas:
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática:
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario: x
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
- Innovación:x

- Únicamente con fines educativos:
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora:

❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo:x
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:x
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo:x
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Cuestionario Radio Universitaria (Onda Campus) - Leonor Real

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:

- 1:
- 2:
- 3: X
- 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):

Play Point
Onda Deportiva
Somos Badajoz (El Marcador)

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?

- 30 min.:
- 60 min.:
- 90 min.:
- Otra, indique cuánto: 60min/30 min/7 min (respectivamente)

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?

- Fútbol: X
- Baloncesto: X
- Balonmano: X
- Otros, indique cuáles: Todas las disciplinas que estén de actualidad

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?

- Sí: X
- No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:

- Alumnos: X
- Profesores: X
- Colaboradores externos: X

7. Si los programas previamente mencionados los realizan los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí:
- No:
- Sí, en su mayoría: X

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:
- Podcasting: X
- A través de una plataforma de streaming: X

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco:
- Semejante a otras temáticas: X
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática: X
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:

- Innovación: X
- Únicamente con fines educativos:
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora:

❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo: X
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Cuestionario Radio Universitaria (La Laguna) - Luis Javier Capote

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:

- 1:x
- 2:
- 3:
- 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):

No es un programa deportivo pero sí se informa sobre el deporte universitario

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?

- 30 min.:
- 60 min.:
- 90 min.:
- Otra, indique cuánto: 5 minutos

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?

- Fútbol:x
- Baloncesto:x
- Balonmano:x
- Otros, indique cuáles: Todo lo que oferta el Servicio de Deportes

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?

- Sí:x
- No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:

- Alumnos:x
- Profesores:x
- Colaboradores externos:

7. Si los programas previamente mencionados los realizan los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí:

- No:x
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:
- Podcasting:x
- A través de una plataforma de streaming:

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco:
- Semejante a otras temáticas:x
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática:
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:x

❖ Observaciones: deben volcarse en el deporte universitario, pero si surge la oportunidad de tratar otro tipo de deporte, no debería haber problema. Eso sí, debería plantearse de una manera en la que se refleje el valor formativo de la Comunicación y de las carreras en Periodismo.

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si

piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
 - Innovación:x
 - Únicamente con fines educativos:
 - Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora:
- ❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
 - En parte de acuerdo:x
 - En desacuerdo:
 - Totalmente en desacuerdo:
- ❖ Observaciones: puede acogerlos, pero no es ni su función principal ni su objetivo.

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
 - En parte de acuerdo:
 - En desacuerdo:x
 - Totalmente en desacuerdo:
- ❖ Observaciones: debe tener no más y no menos, sino lo justo y necesario.

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:x
 - En parte de acuerdo:
 - En desacuerdo:
 - Totalmente en desacuerdo:
- ❖ Observaciones: la radio universitaria no se mueve por criterios de audiencia.

Cuestionario Radio Universitaria (IRadio) - M^a Carmen Robles

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:
 - 1: X
 - 2:
 - 3:
 - 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):
La Pecera Deportiva

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?
 - 30 min.:
 - 60 min.: X
 - 90 min.:
 - Otra, indique cuánto:

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?
 - Fútbol: X
 - Baloncesto: X
 - Balonmano: X
 - Otros, indique cuáles: X, depende de la actualidad.

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?
 - Sí: X
 - No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:
 - Alumnos: X
 - Profesores:
 - Colaboradores externos:

7. Si los programas previamente mencionados los realizaran los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí: X
- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:
- Podcasting: X
- A través de una plataforma de streaming:

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco:
- Semejante a otras temáticas:
- Mucho:
- Pleno: X

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática: X
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:

- Innovación: X
 - Únicamente con fines educativos:
 - Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora:
- ❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: X
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones: para que experimenten con otras fórmulas diferentes a las de las emisoras comerciales.

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Cuestionario Radio Universitaria (Inforadio) - Miguel Ángel Ortiz

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:
 - 1:
 - 2:x
 - 3:
 - 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):
El graderío I y II

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?
 - 30 min.:x
 - 60 min.:
 - 90 min.:
 - Otra, indique cuánto:

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?
 - Fútbol:x
 - Baloncesto:x
 - Balonmano:x
 - Otros, indique cuáles: otros deportes

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?
 - Sí:x
 - No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:
 - Alumnos:x
 - Profesores:
 - Colaboradores externos:

7. Si los programas previamente mencionados los realizasen los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?
 - Sí:x

- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:x
- Podcasting:
- A través de una plataforma destreaming:x

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco:
- Semejante a otras temáticas:x
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática:
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:x
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
- Innovación:

- Únicamente con fines educativos:
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora:x

❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:x
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:x
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo:x
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Cuestionario Radio Universitaria (Europea Media) – Juan José Ceballos

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:

- 1:
- 2:
- 3:
- 4 o más: 8 en total

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):

- Silbato Deportivo
- Transmisiones deportivas (según calendario y posibilidades tenemos Silbato Champions, Silbato Copa, Silbato Eurocopa y Silbato Mundial)
- Football Fantasy
- Rookies
- La Previa
- En Marcha
- SDF
- Fórmula UEM
- En preparación un programa deportivo sobre ocio y tiempo libre

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?

- 30 min.: X
- 60 min.: X
- 90 min.:
- Otra, indique cuánto:

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?

- Fútbol: X
- Baloncesto: X
- Balonmano:
- Otros, indique cuáles: Polideportivo en general

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?

- Sí: Motor deportivo con Fórmula UEM
- No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:

- Alumnos: Sí
 - Profesores: Sí
 - Colaboradores externos:
7. Si los programas previamente mencionados los realizaran los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí: X
- No:
- Sí, en su mayoría: También en postgrado

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:
- Podcasting: X
- A través de una plataforma de streaming: X

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco: X
- Semejante a otras temáticas:
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática:
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones. Además de moverse como una comercial (la formación es lo más importante) debe buscar aquellos nichos

inexplorados por las otras bien por su poca repercusión o impacto o escasa rentabilidad económica. Por ejemplo: Ahora las emisoras comienzan a plantearse el deporte femenino. En Europea radio llevamos 10 años tratando el tema en el programa SDF (Solo Deporte Femenino) que lidera el profesor José Barrero.

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
- Innovación:
- Únicamente con fines educativos:
- Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora: X

❖ Observaciones: la radio deportiva actual está derivando hacia tertulias interminables y formatos más parecidos a los “tomates” televisivos. Es función de las emisoras universitarias tanto la innovación de formatos como el refuerzo de la información, la crónica, el reportaje y la entrevista en profundidad.

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones



Cuestionario Radio Universitaria (CEU San Pablo) - Sara Ruiz Gómez

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:
 - 1: espacios esporádicos dependiendo de la actualidad universitaria
 - 2:
 - 3:
 - 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):
No tienen nombre fijo, Son pequeños reportajes.

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?
 - 30 min.:
 - 60 min.:
 - 90 min.:
 - Otra, indique cuánto: breves de a lo sumo, 15 minutos.

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?
 - Fútbol:
 - Baloncesto:
 - Balonmano:
 - Otros, indique cuáles: cualquier disciplina

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?
 - Sí:x
 - No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:
 - Alumnos: Todos los programas son realizados exclusivamente por alumnos
 - Profesores: podrían realizar alguna colaboración gestionada y producida por alumnos.
 - Colaboradores externos:

7. Si los programas previamente mencionados los realizasen los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la

comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí:
- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:
- Podcasting:x
- A través de una plataforma de streaming:

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
 - Poco:
 - Semejante a otras temáticas:
 - Mucho:
 - Pleno: Nuestra emisora únicamente trata temas relacionados con la universidad o que puedan estar vinculados a los intereses de los alumnos universitarios.
- ❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática: x
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas

comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
 - Innovación:
 - Únicamente con fines educativos:
 - Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora: x
- ❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: x
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo: x
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: x
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Cuestionario Radio Universitaria (CEU San Pablo Valencia) - Kety Betés

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

1. ¿Su emisora posee programación deportiva? Indique el número de espacios en parilla con una X:

- 1:
- 2:X
- 3:
- 4 o más:

2. Enuncia, por favor, el nombre de dicho(s) programa(s):

“Del Estadio al cielo”

“La voz silenciada”

3. ¿Qué duración tienen sus espacios deportivos?

- 30 min.:
- 60 min.:
- 90 min.:
- Otra, indique cuánto: 23 minutos

4. ¿Qué disciplinas deportivas cubren en su emisora?

- Fútbol:X
- Baloncesto:X
- Balonmano:X
- Otros, indique cuáles:deportes minoritarios varios

5. ¿Cubre su emisora el deporte universitario?

- Sí:X
- No:

6. Sus programas deportivos son realizados por:

- Alumnos:X
- Profesores:
- Colaboradores externos:

7. Si los programas previamente mencionados los realizasen los propios alumnos, ¿son estudiantes de grados referentes a la rama de la comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad, etc.)?

- Sí:X

- No:
- Sí, en su mayoría:

8. ¿De qué manera difunden sus contenidos deportivos?

- En FM:
- Podcasting:
- A través de una plataforma de streaming:X

9. Indique qué grado de implicación tiene su emisora universitaria con el deporte interno de la propia entidad. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Ninguno:
- Poco:
- Semejante a otras temáticas:X
- Mucho:
- Pleno:

❖ Observaciones

10. ¿Considera que las radios universitarias están lo suficientemente aprovechadas para cubrir la información deportiva? Indique su grado de conformidad respondiendo con un X en la respuesta que considere más adecuada

- Sí, aunque en ningún caso debería tener más relevancia que cualquier otra temática:X
- Sí, además debería tener más incidencia en las parrillas que cualquier otra temática:
- No, las emisoras deberían volcarse en una cobertura que abarque todo el deporte, incluido el deporte universitario:
- Otra respuesta, indique de qué manera considera usted que debería tratarse la información deportiva en la radio universitaria en el apartado “Observaciones”:

❖ Observaciones

11. Valore si la radio universitaria debe innovar en sus contenidos deportivos y formatos o imitar, en la medida de lo posible, a las cadenas comerciales. Indique la opción más adecuada con una X al costado. Si piensa que existe alguna característica indispensable que no está reflejada en el cuestionario, puede incluirla:

- Imitación:
- Innovación:X

- Únicamente con fines educativos:
 - Punto intermedio ajustado a las posibilidades de la emisora: X
- ❖ Observaciones

12. Valore la siguiente afirmación: “La radio universitaria debe funcionar a modo de incubadora para lanzar proyectos periodísticos”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

13. ¿Considera que el deporte debería tener mayor importancia en la radio universitaria? Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo:
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo: X
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

14. Valore la siguiente afirmación: “Cualquier proyecto periodístico relacionado con el deporte debe tener cabida en la radio universitaria aunque sea minoritario”. Indique la opción más adecuada con una X al costado:

- Totalmente de acuerdo: X
- En parte de acuerdo:
- En desacuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

❖ Observaciones

Respuesta Negativa Radio UVA - Nereida López Vidales

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

En el caso de Radio UVA no tenemos programas deportivos desde hace tiempo, así que, lamentablemente, no puedo ayudarte con esto.

Respuesta Negativa Radio UNED - Ángel Mancebo Muñoz

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

La UNED no dispone de programas deportivos en su programación de radio.

Respuesta Negativa Radio CEU (Madrid) - Esther Cervera Barriga

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

No se si te servirá de mucha ayuda porque no disponemos ni de emisora ni de contenidos específicos relacionados con el deporte.

Respuesta Negativa Radio UV - Remei Castelló Belda

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

Nuestra radio lleva un año sin funcionar. Lamentamos no poder colaborar.

Respuesta Negativa RUAH Alcalá - Daniel Fernández Montero

Conteste el cuestionario dependiendo de las opciones planteadas y, si lo cree necesario, realice alguna observación.

En este momento nuestra emisora no cubre ningún evento deportivo ni tiene programas dedicados a tal tema.